

الإعلام والانتخابات

خو مدونة سلوك في مواجهة المهنية الغائبة



تقديم: أ.د. هويدا مصطفى
د. فاطمة تتيجان أبو الحسن
د. رامي عطا صديق



الإعلام والانتخابات

نحو مدونة سلوك في مواجهة المهنية الغائبة

تقديم

أ.د. هويدا مصطفى

عميدة المعهد الدولي العالي للإعلام بالشروق

وأستاذة الإذاعة والتلفزيون بإعلام القاهرة

تأليف

د. فاطمة شعبان أبو الحسن

د. رامي عطا صديق

مدرس الإذاعة والتلفزيون

مدرس الصحافة

بالمعهد الدولي العالي للإعلام بالشروق

طبعة ٢٠١٦

مصطفى ، هويدا.

الإعلام والانتخابات : نحو مدونة سلوك في مواجهة المهنية الغائبة /هويدا مصطفى،رامى
عطا صديق-فاطمة شعبان أبو الحسن ط ١- الجيزة: اطلس للنشر والانتاج الاعلامى،
٢٠١٥ .

٣٢٠ ص ، ٢٤ سم .

تدمك: ٧ ٤٠٣ ٣٩٩ ٩٧٧ ٩٧٨

١- الانتخابات - تأثير وسائل الإعلام

أ- صديق- رامى عطا (مؤلف مشارك) ب - أبو الحسن، فاطمة شعبان (مؤلف مشارك)

ج - السخاوى،ريم رسام د- العنوان

٣٢٤,٧٣

الإعلام والانتخابات

نحو مدونة سلوك في مواجهة المهنية الغائبة

تقديم

أ.د. هويدا مصطفى

عميدة المعهد الدولي العالي للإعلام بالشروق

وأستاذة الإذاعة والتلفزيون بإعلام القاهرة

تأليف

د. فاطمة شعبان أبو الحسن

د. رامي عطا صديق

مدرس الإذاعة والتلفزيون

مدرس الصحافة

بالمعهد الدولي العالي للإعلام بالشروق



رئيس مجلس الإدارة

عادل المصرى

عضو مجلس الإدارة

المنتدب

نوران المصرى

رقم الإيداع

٢٠١٥/٢٣١٢١

الترقيم الدولى

٩٧٨-٩٧٧-٣٩٩-٤٠٣-٧

الطبعة الاولى

طبعة ٢٠١٦

الكتاب : الإعلام والانتخابات

المؤلف : د. رامى عطا صديق، د. فاطمة شعبان أبو الحسن

الغلاف : ريم السخاوى

الناشر : أطلس للنشر والإنتاج الإعلامى ش.م.م

٢٥ ش وادى النيل - المهندسين - الجيزة

atlas@innovations-co.com

www.atlas-publishing.com

تليفون : ٣٣٠٤٢٤٧١ - ٣٣٤٦٥٨٥٠ - ٣٣٠٢٧٩٦٥

فاكس : ٢٣٠٢٨٣٢٨

فهرس المحتويات

رقم الصفحة

٧	- إهداء
٩	- تقديم: أ.د. هويدا مصطفى:
١٣	- الفصل الأول: الإعلام والانتخابات: مقارنة معرفية:
٣٣	- الفصل الثاني: الإعلام والانتخابات: مقارنة منهجية:
٥٣	- الفصل الثالث: الإعلام والانتخابات: دراسة ميدانية :
١٠٥	- خاتمة: نحو مدونة سلوك مهنية :
١٠٩	- ملاحق الدراسة :
٢٩٥	- استمارة استطلاع رأي الإعلاميين :
٣٠٩	- المصادر والمراجع :
٣١٥	- المؤلفان :

إهداء

إلى كل الإعلاميين من مختلف وسائل الإعلام

التقليدية منها والحديثة على السواء

ممن يبحثون عن مهنية حقيقية

من أجل إعلام حر وتنويري

إعلام يبني ولا يهدم.. ينفع ولا يضر

المؤلفان

تقديم

أ.د. هويدا مصطفى *

تعمل وسائل الإعلام بمختلف أشكالها؛ المقروءة والمسموعة والمرئية والإلكترونية، العامة والخاصة، كأداة سياسية ثقافية تعليمية، وتأتي الفترات الانتخابية ليبرز خلالها دور وسائل الإعلام باعتبارها وسيلة لنشر المعلومات والأخبار الخاصة بالعملية الانتخابية والتوعية بأهمية المشاركة فيها، لتصبح بذلك أحد أسس نجاح العملية الانتخابية إذا ما اتبعت الأطر القانونية والضوابط التنظيمية لعملها أثناء الفترات الانتخابية، مع تطبيق معايير التغطية المهنية.

وفي مصر، برز دور وسائل الإعلام في الانتخابات بشكل كبير أثناء الفترات الانتخابية التي أعقبت ثورة ٢٥ يناير ٢٠١١، وتعددت الأطر التنظيمية لهذا الدور وفقًا للتطور التشريعي بمجموعة القوانين المنظمة للانتخابات البرلمانية والرئاسية، ومن ثم برزت الحاجة إلى إلقاء الضوء على الدور المأمول لوسائل الإعلام إبان الفترات الانتخابية وكيفية تنظيمه، بما يسهم بدوره كإحدى أدوات بناء مجتمع ديمقراطي.

لقد تطور دور الإعلام في الانتخابات ليصبح حرفة ومهنة وفن مستقل بذاته عرفته الدول التي قطعت مشوارًا طويلًا في الممارسة الديمقراطية، فقد تجاوزت أجهزة الإعلام في إطار التقدم العلمي والتكنولوجي، مهمة تقديم المعلومات والأنباء والتعليقات من خلال نشر المعلومات والأخبار الخاصة بالانتخابات وتوفير مجال للحوار والنقاش حول برامج المرشحين، إلى القيام بدور رقابي أثناء العملية الانتخابية، لتصبح إحدى وسائل التحقق والمتابعة التي تحمي استقامة العملية الانتخابية، وتعزز من مشاركة الأحزاب السياسية،

* عميدة المعهد الدولي العالي للإعلام - أكاديمية الشروق.

أستاذة الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام - جامعة .

والمرشحين والناخبين ومختلف شركاء العملية الانتخابية، فهذه الرقابة تعزز من الالتزام بالإطار القانوني للعملية الانتخابية وتسهم في منع الممارسات غير القانونية.

ويسهم الإعلام بدور جوهري في كل العمليات التي تتم في إطار أنماط المعلومات الانتخابية، التي تتم جميعها في إطار الدورة الانتخابية ومراحلها المختلفة، وتشمل عدة مفاهيم تبدأ بمفهوم «تثقيف الناخبين» مروراً بمفهوم «إرشاد الناخبين» وأخيراً وصولاً إلى مفهوم «التثقيف المدني» الذي يتجاوز العملية الانتخابية إلى الحياة العامة.

وتمثل المعايير الدولية للممارسة الإعلامية المهنية والأخلاقية أهم المرجعيات لوسائل الإعلام لممارسة دورها أثناء الفترات الانتخابية، وبما يأتي في الإطار القانوني المنظم لعملها خلال تلك الفترة، ومن أهم تلك المعايير تحقيق التوازن ومراعاة الدقة والنزاهة، وإعطاء حق الرد والتصحيح واحترام الخصوصية وعدم المساس بالأديان.

إن تحقيق التوازن يتم عبر عرض جميع الرؤى والتفسيرات لكل الحقائق حتى لو تعارضت مع آراء الصحفي أو الإعلامي الشخصية، وأيضاً مراعاة التوازن في نشر أخبار المرشحين ذاتهم بشكل عام، ومراعاة الدقة تشمل أهمية نشر المعلومات وفقاً للوثائق الرسمية مع ضرورة استقصاء تلك المعلومات من المصادر الرسمية والمصادر الموثوقة، مع التيقن من صحة الأخبار وتوثيق صحتها من العديد من المصادر، وتشمل النزاهة ضرورة عدم وجود مصلحة خاصة للصحفي أو الإعلامي في نشر خبر أو موضوع بذاته مع ضرورة إعطاء حق الرد والتصحيح لأية أخطاء، كما يجب احترام خصوصية المرشح والناخب على حد سواء، وذلك بعدم التطرق إلى الحياة الخاصة أو العمل على تشويهها، كما يجب عدم استغلال الأديان في شعارات يتم استخدامها للتأثير على جمهور الناخبين لصالح مرشح دون غيره.

ومن هنا تأتي أهمية هذه الدراسة المتميزة التي جاءت بعنوان: «الإعلام والانتخابات: نحو مدونة سلوك في مواجهة المهنية الغائبة»، حيث رصدت الدراسة في إطار من المنهجية

العلمية والخطوات البحثية الدقيقة مدى تأثير الإعلاميين والصحفيين بالسياسات التحريرية للوسائل التي يعملون بها أثناء تغطية العملية الانتخابية، كما رصدت المشكلات والتحديات التي تواجه الإعلاميين أثناء وخلال المراحل المختلفة للعملية الانتخابية ومدى التزامهم بمواثيق الشرف وكذلك المعايير المهنية والضوابط الأخلاقية.

وقد تميزت هذه الدراسة التي جاءت في خمسة أجزاء تضمنت مقدمة منهجية ومقاربة أولية حول الإعلام والانتخابات واستعرضت أهم نتائج الدراسة الميدانية وأخيراً مناقشة متعمقة لنتائج البحث الميداني، والذي من خلاله وضعت الدراسة تصوراً ومفترحاتاً لمدونة سلوك يسترشد بها كل صحفي وإعلامي أثناء تأدية المهام المختلفة التي يمارسها خلال مراحل الإعداد والتغطية الإخبارية والتحليلية والتفسيرية للعملية الانتخابية حتى نحقق الأدوار والوظائف المنوط بالإعلام تحقيقها والتي سبق الإشارة إليها ليكون الإعلام بحق هو وسيلة الناخب والمرشح لإجراء عملية انتخابية تتسم بقدر كبير من الشفافية والمهنية وتسهم في تبصير المواطن بأهمية المشاركة وتدعم حقه في المعرفة القائمة على المعلومة الصحيحة والمدققة والنزيهة التي تعلي من شأن المهنة.

إن هذه الدراسة تُعد إضافة إلى الجهد العلمي المتراكم الذي يبحث في آليات عملية نحو تغطية مهنية تلتزم بالقواعد والمعايير الإعلامية والضوابط الأخلاقية في الانتخابات.

الفصل الأول

الإعلام والانتخابات : مقارنة معرفية

الانتخابات آلية لتوطيد الديمقراطية:

تُمثل الانتخابات مسألة مهمة لتوطيد وتدعيم الديمقراطية في المجتمع، ذلك أن ممارسة الانتخابات الشرعية، الحرة والنزيهة، إنما تساعد على تعزيز المؤسسات الديمقراطية، بينما وفي المقابل فإن غياب الانتخابات أو تزويرها والتلاعب فيها قد يؤدي إلى قيام ثورة عنيفة وحدوث اضطرابات أو اندلاع حرب أهلية، حيث يُنظر لها في ذلك الوقت على أنها انتخابات غير شرعية^(١).

ومن ثم فإن الانتخابات هي أحد أبرز مظاهر الديمقراطية في المجتمع، حيث تمثل الفعل الأهم والأبرز في خلق وتأكيد ممارسة الديمقراطية، إلى الحد الذي يمكن القول معه أنه بدون انتخابات نزيهة لا تكون هناك ديمقراطية حقيقية، لذا تكتسب الانتخابات أهميتها من كونها المُعبر الرئيسي عن إرادة الناخبين التي هي مناط شرعية الحكم وإدارة شئون البلاد^(٢)، حيث تُعد الانتخابات «أبرز صور المشاركة السياسية للمواطنين من أجل المشاركة في اختيار الحكام، وتشكيل ورسم السياسات العامة في المجتمع من بين مرشحين وبرمج أحزاب متعددة سواء كانت انتخابات رئاسية أو برلمانية أو محلية»^(٣).

إن الانتخابات - وعلى هذا النحو - بالنسبة للمواطن/ الناخب «هي عملية اتخاذ قرار سياسي خطير على درجة كبيرة من الأهمية، وليس بالبساطة التي نتصورها لأنه ينصب ويعين من يفترض أن يخدمه ويدير شؤونه كما يتمنى»^(٤).

1-Katharina Owens Hubler, Election management bodies in transitioning democracies: Tunisia and Egypt, University of Colorado Denver, 2012, p: 14.

٢- محمد عبد العاطي وآخرون، آفاق الديمقراطية: قراءة إعلامية للانتخابات البرلمانية، القاهرة: رؤية للتنمية والدراسات الإعلامية، ٢٠١٢م، ص ١٢.

٣- هويدا مصطفى وآخرون، الإعلاميون والانتخابات: مدونة مهنية وأخلاقية، الطبعة الثانية، القاهرة: مؤسسة الأهرام بالتعاون مع مؤسسة فريدريش ناومان من أجل الحرية، ٢٠١١م، ص ٢٤.

٤- محمد عبد العاطي وآخرون، آفاق الديمقراطية: قراءة إعلامية للانتخابات البرلمانية، مرجع سابق، ص ٦.

الإعلام، الحاضر دائماً:

لا يقف الإعلام، بوسائله المختلفة، التقليدية والحديثة، بعيداً عن تلك العملية، حيث يلعب الإعلام دوراً كبيراً ومهماً في بناء العملية الديمقراطية، وبالأخص خلال فترة الانتخابات، هنا يمكن القول أن الإعلام بشكل عام - والمصري في هذا السياق- يؤدي دوراً بارزاً تجاه المشاركة في الانتخابات: ترشيحاً وانتخاباً، وفي هذا الصدد يبرز دوره - خاصة بعد ثورة ٢٥ يناير ٢٠١١م في الحالة المصرية- من حيث الحث على المشاركة، ودعم التصويت لصالح المرأة ومنع التمييز ضد المسيحيين، بالإضافة إلى دوره في الحد من الجرائم الانتخابية المختلفة^(١).

ومن جانب آخر فإن وسائل الإعلام، المطبوعة والمسموعة والمرئية، بالإضافة إلى وسائل الإعلام الإلكترونية^(٢)، تُعد أحد وسائل الدعاية الانتخابية التي تقوم بها الأحزاب

١- عمرو هاشم ربيع، استراتيجيات الإعلام في حفز المشاركة الانتخابية ومواجهة مخاطر التغطية، ص ٦٩- ٧١. في: عمرو هاشم ربيع (تحرير)، مجموعة باحثين، نحو انتخابات حرة نزيهة، القاهرة: مركز الدراسات السياسية والإستراتيجية، ٢٠١٢م.

٢- كان لوسائل الإعلام الجديدة كالصحافة الإلكترونية، وشبكات التواصل الاجتماعي مثل facebook & twitter & Blogs، في مصر وغيرها من الدول، دور كبير خلال السنوات القليلة التي سبقت ثورة ٢٥ يناير ٢٠١١م، بل وفي السنوات التي تلتها أيضاً، من حيث إثارة ومناقشة الكثير من القضايا السياسية والاجتماعية، وتنقيف مستخدمي تلك الوسائل بالحقوق والواجبات، ونشر بعض الانتهاكات التي تشهدها تلك المجتمعات، ومن ثم تحريك الأذهان والأفكار، والدفع في اتجاه المشاركة السياسية وهناك عدة دراسات اهتمت بدراسة هذا الموضوع منها مثلاً: Rauf Arif, Social movements, youtube and political activism in authoritarian countries: A comparatives analysis of political change in Pakistan, Tunisia & Egypt, The University of Iowa, 2014. David Faris, Revolution without revolutionaries? Social media networks and regime response in Egypt, University of Pennsylvania, 2010. Alı Sayed Mohamed, Between the Hammer and the Anvil: Blogs, Bloggers, and the Public Sphere in Egypt, Department of Art History and Communications, McGill University, Montreal, 2010. Jennifer A. McGinley, Towards a democratization of media: Considering weblogs as alternative and citizen media, Faculty of the Graduate School, of the University of Colorado, Department of Journalism and Mass Communication, 2005.

السياسية والمرشحون ومؤيدوهم، من أجل نشر برامجهم وأفكارهم ومواقفهم من القضايا المختلفة المطروحة، وبالتالي كسب ثقة الناخبين وأصواتهم^(١).

هكذا «تمثل تجارب الانتخابات السياسية التنافسية تعبيراً ديمقراطياً يمنح فترات التحول السياسي في المجتمعات ركيزة للاستقرار وبناء للمراكز القانونية داخل نظام الحكم، وتكون أدوار ووظائف وسائل الإعلام مركزية بالنسبة للقوى السياسية المختلفة حيث تمثل وسيطاً له أولويته بالنسبة لها من أجل التواصل مع المواطنين، وتعريفهم ببرامج هذه القوى ومرشحيها، وأيضاً لتعبئتهم في اتجاه التصويت لها»^(٢).

تخوف مشروع:

رغم الدور الإيجابي الكبير الذي يمكن للإعلام أن يقوم به أثناء العملية الانتخابية، وعبر مراحلها المختلفة، إلا أنه وباستمرار يكون هناك تخوف من وجود تغطية إعلامية متحيزة، Biased Media Coverage، تجعل المنافسة غير عادلة بين المرشحين، وبالأخص من جانب وسائل الإعلام التي تمتلكها الدولة، في مصر مثلاً حالة الصحف القومية ومحطات الإذاعة وقنوات التلفزيون المملوكة للدولة، على الرغم من إعلان الحكومة بأن وسائل الإعلام سوف تلتزم الحياد بين المتنافسين، ولكن تقارير المتابعة والمراقبة لوسائل الإعلام أثناء الانتخابات تكشف غير ذلك^(٣).

١- عبد الفتاح ماضي، الدعاية الانتخابية في انتخابات مجلس الشورى عام ٢٠١٠، ص ٧٠-٧١. في: عمرو هاشم ربيع (تحرير)، مجموعة باحثين، انتخابات مجلس الشورى ٢٠١٠، القاهرة: مركز لدراسات السياسية والاستراتيجية بالأهرام، ٢٠١٠م. انظر أيضاً: ياسر عبد العزيز، التغطية الإعلامية والدعاية الانتخابية في انتخابات مجلس الشعب ٢٠١١/٢٠١٢، ص ٢٢٧-٢٤٤. في: عمرو هاشم ربيع (تحرير)، مجموعة باحثين، انتخابات مجلس الشعب ٢٠١١/٢٠١٢، القاهرة: مركز الدراسات السياسية والاستراتيجية بالأهرام، ٢٠١٢م.

٢- هشام عطية عبد المقصود، صحف وصناديق: توجيه سلوك التصويت وتشكيل معارف الجمهور، القاهرة: العربي للنشر والتوزيع، ٢٠١٤م، ص ٥.

3-Lisa A. Blaydes, Competition without democracy: Election and distributive politics in Mubarak's Egypt, Los Angeles, University of California, 2008, pp: 158- 160.

ومن ثم فإن دراسة التغطية الإعلامية أثناء الحملات الانتخابية تُعد واحدة من أهم موضوعات الاتصال السياسي في الوقت الحاضر، بل أنه تزداد أهمية هذه القضية كلما كانت المجتمعات التي تُجرى فيها هذه الحملات الانتخابية في مرحلة التحول الديمقراطي (Democratic Transformation)، مثل الحالة المصرية مؤخرًا، ذلك أنها شهدت العديد من التحولات السياسية التي كان لوسائل الإعلام دور كبير في إعلام الجمهور بشأنها^(١).

ولعلنا نتفق هنا مع ما يذهب إليه كل من محمد شومان وعادل صالح من أن ديمقراطية وسائل الإعلام تُعتبر «أحد أهم المؤشرات التي يتم الاستناد إليها، لتقييم فرص نجاح أو فشل للديمقراطيات الناشئة. وتقوم ديمقراطية الإعلام في أحد جوانبها على الممارسة الإعلامية في أثناء الحملات الانتخابية. فالممارسة الإعلامية يُفترض أن تصب في إطار ترسيخ قواعد ديمقراطية للإعلام تضمن التعددية والموضوعية والمساواة. كما ترتبط ديمقراطية وسائل الإعلام في أحد جوانبها ارتباطًا وثيقًا بجودة المعلومات المقدمة للجمهور، لأنها ذات صلة مباشرة بمستوى الوعي السياسي للمواطنين. فكلما كانت وسائل الإعلام قادرة على تزويد المواطنين بالمعلومات الجيدة من حيث الكم والكيف، كلما ساعد ذلك على وعي أكبر للمواطنين والعكس صحيح، فالمجتمع الواعي الذي يضم مواطنين لديهم القدرة على إصدار الأحكام المناسبة على القضايا السياسية المطروحة أو ما يُعرف Well-informed citizen سوف يساعد في نجاح عملية التحول الديمقراطي»^(٢).

١- محمد شومان وعادل صالح، تغطية الإعلام المصري للسباق الرئاسي ٢٠١٢، ص ٢٤٦، في: عمرو هاشم ربيع (تحرير)، انتخابات الرئاسة ٢٠١٢، القاهرة: مركز الدراسات السياسية والاستراتيجية، ٢٠١٣م.

٢- محمد شومان وعادل صالح، المرجع السابق، ص ٢٤٣.

واجبات الإعلاميين:

نحدد «مدونة مهنية وأخلاقية» وضعها مجموعة من الباحثين، واجبات الصحفيين والإعلاميين أثناء تغطية الانتخابات على النحو التالي^(١):

- عرض جميع وجهات النظر.
- إتاحة الفرصة لجميع المرشحين من خلال مساحة ومعالجة عادلة.
- المناقشة الموضوعية لوجهات النظر.
- العمل على وصول وجهة نظر كل مرشح بشكل متوازن.
- التيقن من التعرف على وجهات نظر الأطراف المشاركة في الانتخابات.
- للصحف الحزبية الانحياز لمرشحها بحكم ملكيتها.
- الدقة في اختيار العناوين وعلاقتها بالنص.
- الدقة في نشر وإذاعة حرفية كلمات المرشحين وممثلي الأحزاب.
- العرض الأمين للأحداث الانتخابية وبرامج المرشحين.
- التحقيق من مصداقية أية معلومات للمصادر.
- سرعة نشر التصحيح في ذات الصفحة أو البرنامج للمرشحين.
- الفصل بين التحرير والإعلان بشكل مميز.
- التصدي لأي محاولات لإثارة الفتن والنعرات الطائفية.
- احترام حقوق الزملاء الإعلاميين والصحفيين.

١- انظر: هويدا مصطفى وآخرون، الإعلاميون والانتخابات: مدونة مهنية وأخلاقية، الطبعة الثانية، القاهرة: مؤسسة الأهرام بالتعاون مع مؤسسة فريدريش ناومان من أجل الحرية، ٢٠١١م، ص ١١١.

- الالتزام بضوابط نشر استطلاعات الرأي العام في الانتخابات.

- نشر ثقافة الانتخابات والديمقراطية للجمهور.

- توفير المعلومات للجمهور عن العملية الانتخابية ومتابعتها.

- رقابة العملية الانتخابية في جميع مراحلها ونقد أية سلبات تشوبها.

- الالتزام بأخلاقيات المهنة وآدابها.

- التخطيط الجيد لتغطية الوسيلة الإعلامية للانتخابات.

- الالتزام بالجوانب القانونية للعمل الإعلامي والصحفي.

أدوار مهمة:

ثمة اتفاق بين عدد من الباحثين على أن الإعلام يقوم بالعديد من الأدوار المهمة أثناء عملية التغطية الانتخابية منها^(٩):

- مراقبة الانتهاكات التي تشوب العملية الانتخابية.
- مراقبة مدى تمتع الناخبين بحقوقهم، من إمكانية اختيار مرشحيهم بحرية، وحضور فاعليات انتخابية مختلفة، ومعرفة مدى إدراك الناخبين لدورهم في العملية الانتخابية.
- مراقبة حقوق المرشحين والأحزاب، ومدى تكافؤ الفرص بينها وبين الحزب الحاكم في إمكانية تنظيم الفاعليات الانتخابية المتعلقة بالحملات الانتخابية وخلافه.

٩- انظر مثلاً: محمد عبد العاطي وآخرون، آفاق الديمقراطية: قراءة إعلامية للانتخابات البرلمانية، مرجع سابق، ص ٥٥-٥٦، في: عمرو هاشم ربيع (تحرير)، مجموعة باحثين، نحو انتخابات حرة نزيهة، القاهرة: مركز الدراسات السياسية والاستراتيجية، ٢٠١٢م.

- مراقبة العملية الانتخابية نفسها وما يشوبها من انتهاكات قد تؤثر على سلامتها.
- حصول كل المتنافسين في العملية الانتخابية على الحق في التغطية الإعلامية، حتى يكون لدى الناخبين قدر كاف من المعلومات عن الأحزاب والمرشحين وبرامجهم السياسية، وعن العملية الانتخابية نفسها.
- إعلام الناخبين وتوعيتهم من خلال إعداد حملة شاملة لتوعية المجتمع، تأخذ في الاعتبار كيفية الوصول إلى مختلف الجماهير من خلال وسائل الإعلام.
- تغطية العملية الانتخابية، وتحليل الاستعدادات الانتخابية، وبحث أداء هيئة إدارة الانتخابات، وتحليل سلوك السياسيين، وإعلام الجمهور بأي من جوانب الحملة والجدول السياسي.

بل إن أحد الباحثين يذهب إلى القول بأنه: «ينبغي أن تشتمل المحصلة النهائية لجهود مراقبة الإعلام على جداول أو خرائط تفصيلية توضح ما يلي في كل محطة: إجمالي الوقت المخصص للمرشحين مقارنةً بزمان البث الكلي، وتوزيع الوقت المخصص للمنافسين الانتخابيين من أجل التوثق من اتفاق الحصص الزمنية مع ما تنص عليه قوانين ولوائح الدولة، والنبرة التي تستخدمها كل محطة أثناء تغطيتها للمرشحين وبرامجهم الانتخابية وحملاتهم، وأنواع البرامج وعروض المساحات الزمنية التي تمت خلالها تغطية المرشحين، وتوزيع الخطاب المباشر بين المتنافسين، وبالإضافة إلى هذه النتائج، يمكن إجراء تحليل أكثر تخصصًا من أجل التعرف بشكل أفضل على عدالة التغطية الإعلامية خلال الحملة»^(١).

١- ريكاردو بارانكا، الخبرة الدولية في التغطية الإعلامية الحيادية للانتخابات، ص ٦١-٦٢، في: عمرو هاشم ربيع (تحرير)، مجموعة باحثين، نحو انتخابات حرة نزيهة. القاهرة: مركز الدراسات السياسية والاستراتيجية، ٢٠١٢م.

ومن جانبه يرى صفوت العالم أن: «هناك مجموعة من الأمور يجب الأخذ بها حتى تؤدي وسائل الإعلام دورها الإيجابي في تغطية الانتخابات بشكل عام وهي^(١):

أ- وضع معايير للأداء الإعلامي تشمل وسائل الإعلام الجديد منها جنباً إلى جنب مع وسائل الإعلام التقليدي، مع التشديد على احترام الوحدة الوطنية ومنع استغلال الدين، والالتزام بالإفصاح والشفافية في تمويل الحملات الانتخابية.

ب- التأكيد على حرية جميع وسائل الإعلام، وتوفير المعلومات للإعلاميين، واحترام وسائل الإعلام المختلفة للقواعد المهنية ومواثيق الشرف الإعلامي، وفي مقدمتها الفصل بين التحرير والدعاية الانتخابية، مع الالتزام بالإفصاح والشفافية وتقديم جميع وجهات النظر للجمهور بدون أي محاولة للتدخل أو الوصاية.

ج- التطبيق الحازم وبدون تمييز بين المرشحين للعقوبات التي ينص عليها القانون بشأن قواعد الدعاية الانتخابية وتوقيتها والالتزام بمعايير الأداء الإعلامي. والإشكالية هنا أن الضوابط والمعايير التي وضعتها اللجنة العليا للانتخابات عام ٢٠٠٥، وفي انتخابات مجلس الشورى الأخيرة (٢٠١٢م) لم تكن فعالة، وكان من السهل على المرشحين التحايل عليها خاصة فيما يتعلق بتوقيت الدعاية والحد الأقصى المسموح به للإنفاق على الدعاية الانتخابية. وحتى في الحالات التي وقعت فيها مخالفات واضحة لم تطبق اللجنة أيًا من العقوبات التي ينص عليها القانون.

د- استحداث هيئات مستقلة تشارك فيها منظمات المجتمع المدني لمتابعة التغطية الإعلامية للانتخابات في وسائل الإعلام المختلفة، وكذلك رقابة مدى التزام المرشحين بالقانون والقواعد التي أعلنتها اللجنة العليا للانتخابات بشأن الدعاية الانتخابية. ويجب أن يكون لهذه الهيئات صلاحيات إنزال عقوبات رادعة على المخالفين تبدأ بغرامات مالية وتصل إلى حد الشطب.

١- صفوت العالم، أساليب ووسائل الدعاية في انتخابات الشورى، ص ١٤٨ - ١٤٩، في: عمرو هاشم ربيع (تحرير)، مجموعة مشاركين، انتخابات مجلس الشورى ٢٠١٢، القاهرة: مركز الدراسات السياسية والاستراتيجية بالأهرام، ٢٠١٢م.

هـ- أهمية قيام وسائل الإعلام بتنظيم المناظرات الانتخابية بين الأحزاب السياسية المختلفة ومرشحيها، على أساس أن الحملات الانتخابية تقوم على التحليل والتفنيد للاتجاهات والمواقف السياسية المختلفة.

و- التأكيد على ضرورة إتاحة الفرصة للأحزاب المختلفة لمخاطبة الجماهير في وسائل الاتصال الجماهيرية، مما يسهم في خلق العديد من القيم الإيجابية المرتبطة بالتنشئة السياسية لدى عموم الناخبين.

ز- على وسائل الإعلام الحرص على توزيع أكثر عدالة لزمن ومساحات التغطية الإعلامية للمرشحين المختلفين وخاصة المرشحين الرئيسيين.

ح- مبادرة لجنة الانتخابات بتسجيل وحفظ ونشر كل الطعون الانتخابية حتى يتعلم لطاعون من نتائج طعونهم، وحتى يتم التعرف على المناطق الجغرافية والمشاكل التي تحتاج إلى تحسين في الفترة المقبلة أو الانتخابات المقبلة.

ط- يجب أن تبادر السلطات الانتخابية ببناء الثقة بين أطراف العملية الانتخابية لضمان الشفافية والمحاسبة».

مواجهة الجريمة الانتخابية:

يرى عمرو هاشم ربيع أنه من الممكن أن تلعب وسائل الإعلام المصرية دورًا رائدًا في مواجهة الجريمة الانتخابية، وهي الجريمة التي تُرتكب من خلال أناس يستغلون مناصبهم الرسمية أو نفوذهم العائلي أو المالي أو قوتهم الجسمانية أو سوابقهم في ارتكاب الجرائم.

ومن بين أبرز الجرائم الانتخابية التي يمكن ارتكابها أثناء الانتخابات من واقع التجارب السابقة في مصر، ومناخ الفوضى الأمنية أو الانفلات الأمني عقب ثورة ٢٥ يناير ٢٠١١م:

تخلف الناخبين بغير عذر عن الإدلاء بأصواتهم - شراء أصوات الناخبين أثناء

الاقتراع- شراء المرشحين بغية تنازلهم عن الترشيح - استعمال القوة أو التهديد بمنع شخص من إبداء الرأي في الانتخاب أو لإكراهه على إبداء الرأي على وجه خاص- إعطاء شخص لشخص آخر (عرض عليه أو التزم نحوه بأن يعطيه) فائدة له أو لغيره، كي يحملته هو أو غيره على التصويت على وجه خاص أو الامتناع عن التصويت - قبول شخص أو طلب فائدة لنفسه لتغيير اتجاهه هو أو غيره إبان التصويت- القيام بنشر أو إذاعة أقوال كاذبة عن موضوع الانتخابات، أو سلوك أحد المرشحين، أو عن أخلاقه بقصد التأثير على نتائج الانتخابات - دخول الشخص إلى مقر الانتخاب وقت الانتخاب حاملاً سلاحاً- الدخول إلى مقر الانتخاب وعدم الخروج عندما يطلب منه رئيس المقر الانتخابي ذلك - إبداء الرأي في الانتخاب مع العلم المسبق قيد الاسم في الجدول بغير حق- إبداء الرأي انتحالاً لشخصية ناخب آخر - إبداء الرأي في أكثر من مقر انتخابي- اختلاس أو إخفاء أو إعدام أو إفساد أحد جداول الانتخاب، أو أية بيانات تتعلق بعملية الانتخاب، بقصد تغيير نتيجة الانتخاب، أو بقصد إعادة الانتخاب - الإخلال بحرية الناخب باستعمال القوة أو التهديد- خطف الصندوق المحتوي على بطاقات الانتخاب، أو إتلافه أو العبث بأوراقه - تزوير نتائج الانتخابات بالتدخل المباشر بالتأثير على عملية فرز الأصوات^(١).

ومن جانبها تستطيع وسائل الإعلام مواجهة الجريمة الانتخابية من خلال: التعريف بالجريمة الانتخابية وأطرافها وأشكالها وأسبابها والتأكيد على رفض المجتمع لهذا النوع من تزيف إرادة الأمة والناخبين، السعي الدءوب لتنشيط العمل بقاعدة بيانات لرقم القومي وتنقية الجداول الانتخابية التي تتضمن كشوف الناخبين، إعلام الناخبين بمن فيهم المقيمين بالخارج بموعد ومكان عرض القوائم الانتخابية بعد تنقيتها على المواطنين، نشر المواد الصحفية المؤيدة لتشديد نظام العقوبات المرتبطة بالجرائم الانتخابية، تأكد الإعلام باتخاذ القضاة والمشرفين على الاقتراع الضمانات الكافية لمنع التزوير بكافة

١- عمرو هاشم ربيع، استراتيجيات الإعلام في حفز المشاركة الانتخابية ومواجهة مخاطر التغطية، ص ٧٤-٧٦، في: عمرو هاشم ربيع (تحرير)، مجموعة باحثين، نحو انتخابات حرة نزيهة، القاهرة: مركز الدراسات السياسية والاستراتيجية، ٢٠١٢م.

صوره، الرصد الإعلامي المستمر لعملية فرز الأصوات من خلال المشاركة في عمليات الفرز^(١).

أخطاء إعلامية:

يكشف الواقع العملي للممارسة الإعلامية عن عدد من الأخطاء الخاصة بالتغطية الإعلامية لسير العملية الانتخابية، من أبرزها، وحسب عدد من الدراسات والكتابات التي تناولت التغطية الإعلامية للانتخابات النيابية والرئاسية خلال السنوات القليلة الماضية^(٢):

- انحياز بعض الإعلاميين، من صحفيين ومقدمي برامج ومعددين وغيرهم، نحو مرشحين معينين أو أحزاب بعينها، وذلك من خلال: القيام بدعاية غير مباشرة لأحد الأحزاب أو المرشحين، سلبية أو إيجابية، والمبالغة في محاصرة بعض المرشحين بأسئلة استفزازية أو أسئلة فيها انحياز، واستخدام الأسئلة الإيحائية في دفع دفة الحوار بما يخدم انحيازات الوسيلة، والاهتمام بتيارات سياسية دون أخرى، ونشر صور ذهنية معينة، إيجابية أو سلبية، عن بعض التيارات،

١- عمرو هاشم ربيع، استراتيجيات الإعلام في حفز المشاركة الانتخابية ومواجهة مخاطر التغطية، المرحع السابق، ص ص ٧٦- ٧٨.

٢- يمكن الرجوع هنا إلى: الائتلاف المستقل لمراقبة الانتخابات، ملخص التقرير المرحلي الأول للائتلاف المستقل لمراقبة الانتخابات من ١٢ إلى ٢٥ أكتوبر ٢٠١١، القاهرة: مركز القاهرة لدراسات حقوق الإنسان، ٢٠١١م. الائتلاف المستقل لمراقبة الانتخابات، التقرير المرحلي الثاني للائتلاف المستقل لمراقبة الانتخابات: تقييم الأداء الإعلامي لوسائل الإعلام أثناء مرحلة الدعاية من الانتخابات البرلمانية ٢٠١١، القاهرة: مركز القاهرة لدراسات حقوق الإنسان، ٢٠١١م. الائتلاف المستقل لمراقبة الانتخابات، تقييم الأداء الإعلامي لوسائل الإعلام خلال المرحلة الأولى من الاقتراع للانتخابات ٢٠١١، القاهرة: مركز القاهرة لدراسات حقوق الإنسان، ٢٠١١م. الائتلاف المستقل لمراقبة الانتخابات، تقرير المرحلة الثانية لانتخابات مجلس الشعب ٢٠١١، القاهرة: مركز القاهرة لدراسات حقوق الإنسان، ٢٠١١م. الائتلاف المستقل لمراقبة الانتخابات، تقرير المرحلة الثالثة لانتخابات مجلس الشعب ٢٠١١، القاهرة: مركز القاهرة لدراسات حقوق الإنسان، ٢٠١٢م. الائتلاف المستقل لمراقبة الانتخابات، تقييم الأداء الإعلامي للتغطية الانتخابية ٢٠١١-٢٠١٢، القاهرة: مركز القاهرة لدراسات حقوق الإنسان، ٢٠١٢م. الائتلاف المستقل لمراقبة الانتخابات، ملخص تقرير مرحلة الدعاية للانتخابات الرئاسية ٢٠١٢: ٣٠ أبريل- ٢٠ مايو ٢٠١٢، تقرير المراقبة الإعلامية، القاهرة: مركز القاهرة لدراسات حقوق الإنسان، ٢٠١٢م.

والاستعانة بمصادر وضيوف تفضلها وإقصاء من يخالفها الرأي، وإغفال حق الرد والتصحيح، فضلاً عن الهجوم على تيارات معينة وتوجيه سهام النقد لها، وعدم الاهتمام ببعض المحافظات والتركيز على أخرى، حيث يقل الاهتمام كلما بعدنا عن القاهرة.

- غياب العدالة في توزيع الاهتمام الإعلامي بين المتنافسين، من خلال التركيز على تيارات معينة وتجاهل أخرى، وغياب العدالة المطلوبة في توزيع المساحة الإعلامية بين الأطراف السياسية المتنافسة، والاهتمام بالمرشحين على حساب الناخبين في كثير من الأحيان، مما يؤدي إلى عدم توازن درجة الاهتمام.

- ضعف الاهتمام بدور المرأة في العملية الانتخابية، وبالتالي ضعف الاهتمام بدورها في الحياة السياسية ومرحلة التحول الديمقراطي، وموقف التيارات السياسية من قضاياها، وتجاهل أخبارها بشكل ملحوظ خلال فترة الدعاية كفاعل في العملية الانتخابية، وتوظيف قضية المرأة لتحقيق بعض الأغراض السياسية مثل الهجوم على تيارات سياسية معينة.

- استحضار البعد الديني/ الطائفي في بعض الأحيان بشكل سلبي ودون مبرر حقيقي، من خلال التصنيف الطائفي للمرشحين (القبطي- السلفي- الصوفي.. إلخ). ونشر فتاوى مسيئة لأحد الأطراف، والتشديد على فكرة المواجهة بين الكنيسة والإسلاميين، وتأكيد الخوف القبطي من صعود الإسلاميين ومساندة الكنيسة لبعض التيارات.

- عدم وجود ضمانات علمية ومهنية خاصة بالبحوث النفسية واستطلاعات الرأي التي تقوم بها بعض وسائل الإعلام (من حيث توضيح: حجم العينة- الانتماء السياسي والاقتصادي والاجتماعي- معدلات الخطأ.. إلخ)، مما يمكن أن يؤثر على اتجاهات الرأي العام.

- نشر مؤشرات الاقتراع الأولية وهو ما يعد قفراً مرفوضاً على النتائج من شأنه التأثير على الناخبين واختياراتهم، لاسيما أنه لا يستند على أية معايير علمية أو استطلاعات علمية سوى مشاهدات الإعلاميين أو توقعات مصادرها، وهو ما يؤثر على سير عملية التصويت.
- إعلان نتائج الناخبين في الخارج قبل إعلانها رسمياً من قبل اللجنة العليا للانتخابات، ويتم ذلك من خلال: وضع تكهنات حول اتجاهات تصويت بعض الناخبين في بعض الدول، وتفسير النتائج على نحو قد يؤثر على الرأي العام واتجاهاته.
- تغطية إعلامية منقوصة، غير كاملة وغير دقيقة في بعض الأحيان، وتضارب المعلومات أحياناً بسبب ضعف المتابعة لكل ما هو جديد من تكوين تحالفات أو انسحاب البعض منها.. إلخ، وعدم الإلمام بالعملية السياسية ومجرياتها، من خلال الخلط بين المسميات (كالمصطلحات والتيارات)، وعدم وعيهم بالمحاذير القانونية في صنع التقارير وعدم فهمهم الكامل للنظام الانتخابي والخلط بين مرشحي القوائم والفردى، وعدم استيعاب النظام الانتخابي.
- عدم الالتزام بفترة الصمت الانتخابي والخرق المتعمد لها والتحايل عليها بطرق شتى، مثل استمرار الصحف في نشر مقالات لمرشحين دون الإشارة لكونهم مرشحين، أو تجريم استخدامهم لمساحات الرأي في الدفاع عن مواقفهم أو مواقف أحزابهم أو مهاجمة خصومهم وهو ما يتنافى مع قواعد المهنية التي تلزم الصحيفة بوقف مقالات المرشحين لاسيما في أيام الصمت الانتخابي.
- خروج الدعاية عن صفحات الانتخابات إلى الصفحات الأخرى، اعتقاداً بأن تقييم الأداء الإعلامي للوسائل الإعلامية في الانتخابات مقتصر فقط على تقييم صفحات الانتخابات أو البرامج المعنية فقط بالتغطية الانتخابية.
- ضعف الاهتمام بالجانب التوعوي التثقيفي، بل وفي بعض الأحيان تخويف الناخبين من العملية الانتخابية بالتركيز على حالات الشغب.

- تجهيل المصادر، وخلط الرأي بالخبر، ونشر الصور غير المتسقة مع الخبر، واقتطاع جمل مخالفة لما جاء في نص المتن، واقتطاع عناوين مثيرة لا تعبر عن السياق المصاحب للحدث.
 - تبادل الاتهامات بين الإعلاميين وبعضهم بعضًا، وبين الوسيلة الإعلامية وغيرها.
 - تركيز التغطية الإعلامية للانتخابات على جوانب الإثارة أكثر من تركيزها على شرح البرامج الانتخابية للأحزاب وإتاحة المجال لهم لشرح رؤيتهم السياسية للعديد من القضايا بما يتفق مع دور الإعلام في مساعدة الناخب على تحديد انحيازاته واختيار البرنامج الأكثر توافقًا مع اتجاهاته.
 - هيمنة رأس المال وتدخل التمويل في توجيه وسائل الإعلام لدعم أو لنقد تيارات سياسية معينة بما يخدم أصحاب رأس المال.
- ومن هنا فإنه تأتي أهمية التزام الصحفيين والإعلاميين بقواعد الأمانة والنزاهة في العمل الصحفي والإعلامي والبحثي، إضافة إلى أهمية الالتزام بأبجديات توثيق المعلومات في البحوث والأوراق والتقارير، وغيرها من أخلاقيات الإعلام، وبالأخص خلال فترة الانتخابات^(١).

١- عبد الفتاح ماضي، الدعاية الانتخابية في انتخابات مجلس الشورى عام ٢٠١٠، ص ٩٧، في: عمرو هاشم ربيع (تحرير)، مجموعة باحثين، انتخابات مجلس الشورى ٢٠١٠، القاهرة: مركز الدراسات السياسية والاستراتيجية بالأهرام، ٢٠١٠م.

محاذير:

وضعت «مدونة مهنية وأخلاقية» مجموعة من المحاذير في التغطية الإعلامية للانتخابات على النحو التالي^(١):

- المبالغة في وصف النتائج.
- تأجيج العواطف في طرح الموضوعات.
- التعميم دون سند.
- تحيز وسائل الإعلام المملوكة للدولة لمرشحي الحزب الحاكم أو مرشح بعينه.
- عرض برامج أحزاب أو مرشحين يحرضون ضد قيم المجتمع وآدابه.
- التوسع في نشر أحداث استثنائية لبعض المرشحين.
- نشر ما يدعو ضد ترشيح المرأة أو المواطنين الأقباط أو امتهان للأديان أو كراهيتها أو الطعن في إيمان الآخرين.
- السخرية من بعض المرشحين على أساس المكانة الاجتماعية أو الاقتصادية أو اللون أو العمر أو الدين أو نوع الجنس أو الطائفة أو العرق.
- المساس بلجنة إدارة الانتخابات دون سند.
- خلط الخبر بالرأي.
- تشويه الخبر بحذف بعض عناصره الأساسية.
- اختلاق خبر يضر بعض المرشحين.
- التوسع في نشر أحداث العنف والشغب في بعض دوائر الانتخابات.
- التسرع في نشر توقعات عن نتائج الفرز.

١- انظر: هويدا مصطفى وآخرون، الإعلاميون والانتخابات: مدونة مهنية وأخلاقية، الطبعة الثانية، مرجع سابق، ص ص ١١٢-١١٣.

- التهديد بنشر معلومات تضر بعض المرشحين.
- شراء أو بيع معلومات ينوي الإعلامي تناولها.
- حجب معلومات عن الجمهور لمصلحة الإعلامي في تعامله مع بعض المرشحين.
- توقع برامج الأحزاب وتوقع فوز مرشحين محددين دون غيرهم.
- قبول ضيافة المرشحين في الانتقالات والمآدب والإقامة والحصول على هدايا منهم.
- قبول العمل كمستشار إعلامي للمرشحين والأحزاب دون إخطار الوسيلة التي يعمل بها الإعلامي.
- الحصول على عمولة إعلانات.
- تسجيل حديث الاتصالات الهاتفية وغير الهاتفية مع المصدر دون موافقته.
- تصوير الأفراد في أماكن خاصة دون موافقتهم.
- المساس بالحياة الخاصة للمرشحين للتأثير في موقفهم بالانتخابات.
- قبول إعلانات تمس بعض المرشحين المتنافسين.
- تمييز مرشحي الحزب الحاكم عن المرشحين الآخرين في مكان نشر الإعلان أو قيمته أو عدد مرات تكراره أو وسائل إبرازه.
- نشر أخبار مجهلة تمس بعض المرشحين دون ذكر أسمائهم مع تحديد صفات واضحة عنهم.
- نشر الشائعات وتبنيها على أنها أخبار حقيقية بهدف الإساءة لبعض المرشحين.
- استخدام شعارات وعبارات دينية في النصوص الإعلامية أو الإعلانية للتأثير في الناخبين لصالح مرشحين دون غيرهم.
- التلاعب بالصور وتشويهها بغرض الإساءة لأحد المرشحين.
- السخرية والإساءة للزملاء الإعلاميين والصحفيين في آرائهم أو جهودهم واستخدام التجريح والإساءة بين أبناء المهنة.

- نشر أو إذاعة إعلانات أو برامج لصالح المرشحين خلال فترة الصمت أو التفكير.
- بث حي يوم الاقتراع للتأثير على الناخبين لصالح مرشح أو حزب بعينه.
- قيام الإعلامي بممارسة عمله بالوسيلة مع ترشحه في الانتخابات أو وجود أقارب له من المرشحين.

ميثاق شرف:

في ضوء الاهتمام بقضية التغطية الإعلامية للعملية الانتخابية، فإنه ثمة اتفاق بين عدد من الباحثين على أهمية وضع ميثاق شرف للعمل الصحفي والإعلامي، أو وضع مدونة سلوك وأدلة مهنية تختص بتعاملها مع شئون التغطية الإعلامية لسير العملية الانتخابية، «وذلك في ضوء الكثير من المظاهر السلبية للإعلام وخاصة عدم الدقة وضعف الأمانة في نقل الأحداث وضعف المعرفة بأبجديات الكتابة الصحفية والاقتباس وأسس النحو وتركيب الجمل في التحرير الصحفي والتغطية الفضائية»^(١)، بحيث «تساعد الأطراف المعنية على تقييم الأداء المهني من منظور الدور المتوقع لوسائل الإعلام في عملية التحول الديمقراطي خاصة أثناء الحملات الانتخابية»^(٢)، وهذه الأداة يمكن أن تكون أداة مفيدة لتوجيه الصحفيين، والإعلاميين بشكر عام، في عملهم، وخصوصاً أثناء الحملات الانتخابية «من أجل معالجة البلبلة التي قد تنشأ أثناء الانتخابات، وسوف تشمل مدونات السلوك المعايير الأخلاقية، والتعامل بنزاهة ودقة، وتضارب المصالح، والتمييز بين الحقائق والآراء، وتصحيح الأخطاء»^(٣).

بل إن أحد الباحثين، في دراسة له عن التغطية الإعلامية والدعاية الانتخابية في انتخابات مجلس الشعب ٢٠١١ / ٢٠١٢م، يذهب إلى أنه من الفرص المتاحة أمام الإعلام

١ - عبد الفتاح ماضي، الدعاية الانتخابية في انتخابات مجلس الشورى عام ٢٠١٠، ص ١٠٠، في: عمرو هاشم ربيع (تحرير)، مجموعة باحثين، انتخابات مجلس الشورى ٢٠١٠، القاهرة: مركز الدراسات السياسية والاستراتيجية بالأهرام، ٢٠١٠م.

٢ - محمد شومان وعادل صالح، تغطية الإعلام المصري للسباق الرئاسي ٢٠١٢، ص ٢٧٢، في: عمرو هاشم ربيع (تحرير)، انتخابات الرئاسة ٢٠١٢، مرجع سابق.

٣ - ريكاردو بارانكا، الخبرة الدولية في التغطية الإعلامية الحيادية للانتخابات، ص ٦٤ - ٦٥، في: عمرو هاشم ربيع (تحرير)، مجموعة باحثين، نحو انتخابات حرة نزيهة، القاهرة: مركز الدراسات السياسية والاستراتيجية، ٢٠١٢م.

في مجال تغطية الانتخابات «وضع أكواد مهنية تنظم صناعة الإعلام، وتحظر قيام الوسائل الإعلامية بتسخير نفسها لخدمة تيار سياسي أو حزب معين أثناء الانتخابات»^(١).

إن موثيق الشرف المهنية وبوجه عام تستهدف:

١. حماية الجمهور من أي استخدام غير مسئول للاتصال، أو ضد الأغراض الاجتماعية له، أو استخدامه للدعاية.

٢. حماية القائمين بالاتصال من أن يتحولوا، بأي شكل من الأشكال، إلى قوة لا تقع مسئولياتها، أو يتعرضوا للإذلال، أو لأي ضغط ضد ما تمليه عليهم ضمائرهم.

٣. المحافظة على قنوات الاتصال مفتوحة، بحيث يصبح الاتصال ذا اتجاهين، وذلك بالتأكيد على حق العاملين في وسائل الإعلام في الحصول في كل وقت على كل المعلومات (عدا الأمور المتصلة بأمن الدولة دون التوسع في تفسير ذلك) بما يجعل في استطاعة الشعوب أن تعرف الطريقة التي تحكم بها من جهة، وبحيث يصبح إمكانهم التعبير عن آرائهم (المؤيدة أو المعارضة) من خلال وسائل الاتصال الجماهيري من جهة أخرى^(٢).

ويمكن نشر مدونة السلوك، الدليل المهني، بين الإعلاميين وتدريبهم عليها من خلال برنامج تدريبي يشمل التوعية بقوانين الانتخابات واللوائح المعنية المنظمة لسير العملية الانتخابية «وينبغي تنظيم التدريب بالتعاون مع هيئة إدارة الانتخابات، التي سوف تلتقي بممثلي وسائل الإعلام وتقوم بتدريبهم في إطار أنشطتها للتوعية العامة»^(٣).

١ - ياسر عبد العزيز، التغطية الإعلامية والدعاية الانتخابية في انتخابات مجلس الشعب ٢٠١١/٢٠١٢، ص ٢٤٤، في: عمرو هاشم ربيع (تحرير)، مجموعة باحثين، انتخابات مجلس الشعب ٢٠١١/٢٠١٢، القاهرة: مركز الدراسات السياسية والاستراتيجية بالأهرام، ٢٠١٢م.

٢ - حسني محمد نصر، قوانين وأخلاقيات العمل الإعلامي، الإمارات العربية المتحدة - العين، دار الكتاب الجامعي، ٢٠١٠م، ص ٢٩٤.

٣ - ريكاردو بارنكا، الخبرة الدولية في التغطية الإعلامية الحيادية للانتخابات، ص ٦٦، في: عمرو هاشم ربيع (تحرير)، مجموعة باحثين، نحو انتخابات حرة نزيهة، القاهرة: مركز الدراسات السياسية والاستراتيجية، ٢٠١٢م.

الفصل الثاني

الإعلام والانتخابات: مقارنة منهجية

(١) موضوع الدراسة وأهميته:

يُمثل موضوع الإعلام والانتخابات أحد أبرز القضايا الإعلامية المثارة خلال الفترة الحالية التي يمر بها المجتمع المصري، حيث تقوم وسائل الإعلام المختلفة بدور كبير في مراحل التحول الديمقراطي التي تمر بها المجتمعات، وبالأخص أثناء العملية الانتخابية، من حيث توفير المعلومات أمام جمهور الناخبين، والمساهمة في تكوين الرأي العام وتقديم المرشحين وبرامجهم لجمهور القراء ومن ثم مساعدة جمهور الناخبين على اتخاذ قرار في لعملية الانتخابية وتحديد اختياراتهم إزاء الأفراد والبرامج المطروحة أمامهم.

ومن هنا تأتي أهمية هذه الدراسة والتي تستهدف بالأساس الوصول إلى وضع مدونة سلوك مهنية تساعد الإعلاميين من مختلف المؤسسات الإعلامية على تقديم تغطية إعلامية مهنية محايدة وموضوعية للعملية الانتخابية، سواء كانت الانتخابات الرئاسية أو البرلمانية أو المحلية، من خلال التعرف على آراء الجماعة الإعلامية من مختلف وسائل الإعلام، في الصحافة والإذاعة والتلفزيون، بالإضافة إلى الإعلام الإلكتروني.

(٢) الدراسات السابقة:

اهتم بعض الباحثين، إضافة إلى عدد من المؤسسات الصحفية والإعلامية، ومنظمات المجتمع المدني، منها مثلاً لا حصرًا (مركز الدراسات السياسية والاستراتيجية بالأهرام) و(مؤسسة فريدريش ناومان من أجل الحرية)، بإجراء عدة محاولات بحثية، جادة ومحترمة، خلال السنوات القليلة الماضية، استهدفت رصد وتحليل التغطية الإعلامية، وبالأخص أثناء العملية الانتخابية، حيث قدمت تلك الدراسات والأبحاث الكثير من المقترحات الخاصة بهذا الشأن، والتي تشابهت بعض نتائجها أحيانًا.

ويمكن تقسيم الدراسات والأوراق البحثية، باللغة العربية وغيرها، إلى محورين رئيسيين، وذلك على النحو التالي:

المحور الأول: دراسات وأوراق بحثية تناولت موضوع الإعلام والانتخابات بشكل مباشر، منها على سبيل المثال لا الحصر:

دراسة عبد الفتاح ماضي: «الدعاية الانتخابية في انتخابات مجلس الشورى عام ٢٠١٠»^(١): تناولت الدراسة مسألة الدعاية الانتخابية، ودور وسائل الإعلام فيها، بالتطبيق على انتخابات مجلس الشورى التي أُجريت عام ٢٠١٠م، حيث أوضحت الدراسة أن وسائل الإعلام تُعد أحد وسائل الدعاية الانتخابية التي تقوم بها الأحزاب السياسية والمرشحون ومؤيدوهم، لنشر برامجهم وأفكارهم ومواقفهم، وبالتالي كسب ثقة الناخبين وأصواتهم، ودعت الدراسة إلى أهمية التزام الصحفيين والإعلاميين بقواعد الأمانة والنزاهة في العمل الصحفي والإعلامي والبحثي وبأبجديات توثيق المعلومات في البحوث والأوراق والتقارير، وغيرها من أخلاقيات الإعلام، ومن ثم أهمية وضع ميثاق شرف للعمل الصحفي والإعلامي، أو وضع مدونة سلوك وأدلة مهنية تختص بتعاملها مع شئون التغطية الإعلامية للعملية الانتخابية.

دراسة هويدا مصطفى وآخرون: «الإعلاميون والانتخابات: مدونة مهنية وأخلاقية»^(٢): اهتمت الدراسة، من خلال فريق عمل، برصد أبرز الأخطاء والانتهاكات التي يقع فيها الإعلاميون أثناء التغطية الإعلامية للانتخابات، كما قدمت الدراسة مجموعة من المعايير والقيم المهنية التي ينبغي الالتزام بها مثل الصدق والموضوعية والنزاهة والحيادية.. إلخ، في محاولة لوضع مدونة مهنية وأخلاقية يلتزم بها الإعلاميون في ممارساتهم الإعلامية.

دراسة عمرو هاشم ربيع: «استراتيجيات الإعلام في حفز المشاركة الانتخابية ومواجهة مخاطر التغطية»^(٣): تناولت الدراسة دور وسائل الإعلام المختلفة في حث وتحفيز المواطن

١- انظر: عمرو هاشم ربيع (تحرير)، مجموعة باحثين، انتخابات مجلس الشورى ٢٠١٠، القاهرة: مركز الدراسات السياسية والاستراتيجية بالأهرام، ٢٠١٠م.

٢- هويدا مصطفى وآخرون، الإعلاميون والانتخابات: مدونة مهنية وأخلاقية، الطبعة الثانية، القاهرة: مؤسسة الأهرام بالتعاون مع مؤسسة فريدريش ناومان من أجل الحرية، ٢٠١١م.

٣- انظر: عمرو هاشم ربيع (تحرير)، مجموعة باحثين، نحو انتخابات حرة نزيهة، القاهرة: مركز الدراسات السياسية والاستراتيجية، ٢٠١٢م.

على المشاركة الانتخابية كأحد أنواع المشاركة السياسية، وكذلك دعم التصويت لصالح المرأة ومنع التمييز ضد المسيحيين، بالإضافة إلى دوره في الحد من الجرائم الانتخابية المختلفة.

دراسة صفوت العالم: «أساليب ووسائل الدعاية في انتخابات الشورى»^(١): تناولت الدراسة أساليب ووسائل الدعاية المختلفة المعتمدة على وسائل الإعلام في انتخابات مجلس الشورى عام ٢٠١٢م، كما قدم مجموعة من القواعد التي رأى وجوب أخذ الإعلاميين بها حتى تؤدي وسائل الإعلام دورها الإيجابي في تغطية الانتخابات، مثل وضع معايير للأداء الإعلامي تشمل وسائل الإعلام الجديدة والتقليدية على السواء.

دراسة ياسر عبد العزيز: «التغطية الإعلامية والدعاية الانتخابية في انتخابات مجلس الشعب ٢٠١١/٢٠١٢»^(٢): تناولت الدراسة التغطية الإعلامية والدعاية الانتخابية في انتخابات مجلس الشعب ٢٠١١/٢٠١٢م، وقد خلصت إلى أنه من الفرص المتاحة أمام الإعلام في مجال تغطية الانتخابات وضع أكواد مهنية تنظم صناعة الإعلام، وتحظر قيام الوسائل الإعلامية بتسخير نفسها لخدمة تيار سياسي معين أو حزب ما أثناء الانتخابات.

دراسة ريكاردو بارانكا: «الخبرة الدولية في التغطية الإعلامية الحيادية للانتخابات»^(٣): أوضحت الدراسة أن الإعلام يقوم بمجموعة من الأدوار المهمة أثناء التغطية الإعلامية للانتخابات مثل مراقبة العملية الانتخابية والانتهاكات التي تشوبها، ومراقبة مدى تمتع الناخبين بحقوقهم، ومعرفة مدى إدراك الناخبين لدورهم، ومراقبة حقوق المرشحين والأحزاب، وإعلام الناخبين وتوعيتهم، وبحث أداء هيئة إدارة الانتخابات، وتحليل سلوك السياسيين، مؤكدة على أهمية وجود مدونة سلوك تُساهم في معالجة البلبلة التي قد تنشأ

١- انظر: عمرو هاشم ربيع (تحرير)، مجموعة مشاركين، انتخابات مجلس الشورى ٢٠١٢، القاهرة: مركز الدراسات السياسية والاستراتيجية بالأهرام، ٢٠١٢م.

٢- انظر: عمرو هاشم ربيع (تحرير)، مجموعة باحثين، انتخابات مجلس الشعب ٢٠١١/٢٠١٢، القاهرة: مركز الدراسات السياسية والاستراتيجية بالأهرام، ٢٠١٢م.

٣- انظر: عمرو هاشم ربيع (تحرير)، مجموعة باحثين، نحو انتخابات حرة نزيهة، مرجع سابق.

أثناء الانتخابات، بحيث تشمل المعايير الأخلاقية، والتعامل بنزاهة ودقة، والتمييز بين الحقائق والآراء، وتصحيح الأخطاء.

دراسة محمد شومان وعادل صالح: «تغطية الإعلام المصري للسباق الرئاسي ٢٠١٢»^(١): أوضحت الدراسة أن دراسة التغطية الإعلامية أثناء الحملات الانتخابية تُعد واحدة من أهم موضوعات الاتصال السياسي، وأنه تزداد أهمية هذه القضية كلما كانت المجتمعات التي تُجرى فيها هذه الحملات الانتخابية في مرحلة التحول الديمقراطي، بسبب التحولات السياسية التي يكون لوسائل الإعلام دور كبير في إعلام الجمهور بشأنها.

المحور الثاني: دراسات تناولت موضوع أخلاقيات الإعلام، ومست بعض القضايا التي لها علاقة بموضوع الإعلام والانتخابات، منها على سبيل المثال لا الحصر:

دراسة (Pritchard D. Morgan. M.P.): تأثير موثيق الأخلاق على الأحكام بواسطة الصحافة^(٢): أجرى الباحث مسحًا لعدد من القائمين بالاتصال في صحيفتي the star الصباحية و the news المسائية، توصلت نتائج الدراسة إلى عدم وجود دليل على أن موثيق الشرف تؤثر مباشرة على قرارات الصحفيين وأن التأثيرات الأكثر أهمية لموثيق الشرف تكمن في كونها رمزية أكثر من كونها سلوكية.

دراسة سليمان صالح: «أخلاقيات الإعلام»^(٣): قدمت هذه الدراسة تحليلًا كميًا وكيفيًا لاثنتين وستين ميثاقًا من موثيق الشرف الإعلامية الصادرة في الفترة من عام ١٩٧٠م حتى عام ٢٠٠٠م، شملت كل وسائل الإعلام المطبوعة والمسموعة والمرئية ووكالات الأنباء، حيث تناول الباحث في دراسته المحاور التالية: المسؤولية الإنسانية لوسائل الإعلام، ومسؤولية هذه الوسائل نحو المجتمع، ونحو الدولة، ونحو الفرد، ونحو مصادر المعلومات وغيرها.

١- انظر: عمرو هاشم ربيع (تحرير)، انتخابات الرئاسة ٢٠١٢، القاهرة: مركز الدراسات السياسية والاستراتيجية، ٢٠١٣م.

2- Pritchard D. Morgan. M.P. Impact of Ethics Codes on Judgments by Journalism: A Natural Experiment. In: Journalism Quarterly, Vol. 66, No. 4, 1989, pp: 934 – 941.

٣- سليمان صالح: أخلاقيات الإعلام، الكويت: مكتبة الفلاح، ٢٠٠٢، ص ص ١٩ - ٤١.

دراسة خالد صلاح الدين: «اتجاهات الجمهور والإعلاميين نحو أداء القنوات التليفزيونية الخاصة في مصر»^(١): هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على اتجاهات كل من الجمهور العام والإعلاميين نحو أداء القنوات التليفزيونية الخاصة في مصر، وفقاً للمفهوم الشامل للأداء الذي ينطوي على أبعاد أخلاقية واجتماعية وإعلامية واقتصادية، كذلك التعرف على تصورات الإعلاميين لمدى فاعلية القنوات الخاصة في التأثير على الجمهور العام، ورصد وقياس أحكام كل من الجمهور العام والإعلاميين على مدى دلالة وأهمية تجربة القنوات الخاصة في دفع أداء النظام الإعلامي في مصر نحو مزيد من اللامركزية وحرية التعبير، وقد أشارت الدراسة إلى اتفاق الجمهور العام والإعلاميين على أن القنوات الخاصة لا تضطلع بمهام الحفاظ على الهويتين العربية والإسلامية، وأن أنماط وسلوكيات المذيعين والمذيعات لا تتسق وأعراف المجتمع، كما تبين انخفاض قدر الثقة في القنوات الخاصة من قبل المبحوثين، وأن هناك اتفاقاً على أن هذه القنوات تتمتع بقدر مرتفع من حرية التعبير مما يدعم بدوره ديمقراطية الإعلام.

دراسة عادل عبد الغفار: «أبعاد المسؤولية الاجتماعية للقنوات الفضائية المصرية الخاصة دراسة تطبيقية على برامج الرأي المقدمة بقناة دريم ٢»^(٢): استهدفت الدراسة اختبار المسؤولية الاجتماعية بأبعادها الثلاثة: الاجتماعية والأخلاقية والمهنية لدى القنوات الفضائية المصرية الخاصة، باستخدام منهج المسح التحليلي لبرامج الرأي التي قدمتها قناة «دريم ٢» خلال شهر يناير ٢٠٠٣م، واعتمدت الدراسة في إطارها النظري على نظرية المسؤولية الاجتماعية، وتوصلت الدراسة إلى وجود اختلاف واضح في الاهتمام بأبعاد المسؤولية الأخلاقية، حيث ركزت برامج الرأي على المسؤولية الأخلاقية نحو المجتمع

١- خالد صلاح الدين، اتجاهات الجمهور والإعلاميين نحو أداء القنوات التليفزيونية الخاصة في مصر، المؤتمر العلمي السنوي التاسع: أخلاقيات الإعلام بين النظرية والتطبيق ج ٢ مايو ٢٠٠٣م، ص ٦٦٣ - ٧٤٥.

٢- عادل عبد الغفار، أبعاد المسؤولية الاجتماعية للقنوات الفضائية المصرية الخاصة دراسة تطبيقية على برامج الرأي المقدمة بقناة دريم ٢، المؤتمر العلمي السنوي التاسع أخلاقيات الإعلام بين النظرية والتطبيق مايو ٢٠٠٣م، ص ٧٤٧ - ٨٢٥.

في حين ضعف اهتمامها بأبعاد المسؤولية الأخلاقية نحو الأفراد والدولة والعالم، كذلك ظهرت اختلافات ذات دلالة إحصائية في درجة المسؤولية الاجتماعية لبرامج الرأي على مستوى أخلاقيات إدارة الحوار ودرجة المسؤولية المهنية في إعداد وتقديم وإخراج برامج الرأي.

دراسة محمد سعد: «المسؤوليات الأخلاقية والقانونية للصحافيين وعلاقتها بالسمات الشخصية»^(١): سعت هذه الدراسة إلى تحديد معدلات تقدير الصحافيين لمسئولياتهم الأخلاقية والقانونية، والتعرف على الدوافع الداخلية والخارجية المؤثرة في صنع القرار في المآزق الأخلاقية والقانونية وتحديد طبيعة العلاقة بين السمات الشخصية للصحفي ومدى تقديره لمسئوليته ومدى التزامه بالقيم المهنية، وقد اعتمدت الدراسة على مقياس تقدير الذات وتقدير المسؤوليات الأخلاقية والقانونية، وخلصت الدراسة إلى قوة تأثير الأخلاق الذاتية والدينية ومصداقية الصحفي والحق في المعرفة، في حين تراجع تأثير الانتماء والشهرة، كما تبين أن مبادئ الفرد تمثل متغيراً حاسماً عند مواجهة المآزق الأخلاقية والقانونية، وأيدت نتائج الدراسة تراجع تأثير الإذعان القانوني على المدى الطويل الأمر الذي يستوجب تدخل المشرع لإعادة النظر في العقوبات السالبة للحريات في جرائم النشر والاكتفاء بالغرامة والتعويض المالي.

دراسة هبة شاهين: «أخلاقيات العمل الإخباري من وجهة نظر القائمين بالاتصال في مجال الأخبار الإذاعية والتليفزيونية»^(٢): استهدفت الدراسة تحديد أخلاقيات العمل الإخباري من وجهة نظر القائمين بالاتصال في مجال الأخبار الإذاعية والتليفزيونية، كذلك التعرف على مدى معرفة القائمين بالاتصال بميثاق الشرف الإذاعي، ومدى إدراكهم

١- محمد سعد، المسؤولية الأخلاقية والقانونية للصحافيين وعلاقتها بالسمات الشخصية، المؤتمر العلمي السنوي التاسع أخلاقيات الإعلام بين النظرية والتطبيق مايو ٢٠٠٣م، ص ١٠٣ - ١٩٠.

٢- هبة شاهين، أخلاقيات العمل الإخباري من وجهة نظر القائمين بالاتصال في مجال الأخبار الإذاعية والتليفزيونية، المؤتمر العلمي السنوي التاسع أخلاقيات الإعلام بين النظرية والتطبيق مايو ٢٠٠٣م، ص ٨٢٧ - ٨٨٦.

لأهميته بوصفه أحد جوانب التنظيم الذاتي للإعلام، بالإضافة إلى التعرف على أهم المبادئ الأخلاقية التي يلزم بها القائمون بالاتصال في مجال عملهم الإخباري، وخلصت الباحثة إلى أهمية اضطلاع المؤسسة الإذاعية والتلفزيونية بدورها في خلق بيئة اتصالية أفضل من حيث المهنية والأخلاق، وذلك من خلال نشر المواثيق الأخلاقية وتوزيعها على العاملين بها ورفع مستوى الوعي الأخلاقي لدى العاملين من خلال عقد ندوات وسيمنارات وجلسات عمل ودورات تدريبية تعني بالأمور الأخلاقية، كذلك تطوير مواثيق أخلاقية تراعي طبيعة عمل المؤسسة، ويفضل أن يشارك العاملين في معايير هذه المواثيق.

دراسة صابر سليمان عسران: «الضوابط الأخلاقية والقانونية اللازمة لعمل القنوات العربية الخاصة: رؤية مستقبلية»^(١): تمثلت مشكلة البحث في محاولة وضع مجموعة من الضوابط الأخلاقية والقانونية لعمل القنوات الفضائية الخاصة العربية، وقد انطلق الباحث لتحقيق ذلك من معرفة مزايا وعيوب هذه القنوات والأسباب التي أدت إلى انتشار القنوات الغنائية والآثار السلبية الناتجة عن انتشار هذه القنوات، وخلصت الدراسة إلى ضرورة أن تؤدي المؤسسات الاجتماعية الرسمية وغير الرسمية أدوارها تجاه المجتمع، كذلك التوسع في الحرية الممنوحة للأفراد والمؤسسات الإعلامية مع تطبيق المواثيق التي تضمن عدم استخدام الحرية في غير مجالاتها.

دراسة (Pual Voakes): «الحقوق والأضرار والمسئوليات: القانون والأخلاق في غرفة الأخبار»^(٢): استهدفت الدراسة الإجابة عن التساؤل: كيف يحل الصحفيون مشكلة التوفيق بين المسؤولية الأخلاقية والحقوق القانونية أثناء عملهم اليومي داخل غرفة الأخبار؟ وهي دراسة مسحية طبقت على ١٣٧ صحفيًا بالإضافة إلى إجراء مقابلات متعمقة مع

١- صابر سليمان عسران، الضوابط الأخلاقية والقانونية اللازمة لعمل القنوات العربية الخاصة: رؤية مستقبلية، المؤتمر العلمي السنوي الحادي عشر مستقبل وسائل الإعلام العربية، ٢٠٠٥م، ص ١٨٧ - ص ٢٥٥

2- PualVoakes: Rights, Wrongs and Responsibilities: Law and Ethics in the Newsroom, www.ColumbiaJournalismReview.org/2003.

٢٢ صحفيًا آخرين. خلصت الدراسة إلى وجود ثلاثة نماذج توضح العلاقة بين القانون والأخلاق في العمل الصحفي، وهي: نموذج «الممالك المنفصلة» (A Separate Realms Model)، ونموذج «المطابقة» أو «العلاقة» (A Correspondence Model)، ونموذج «المسئولية الجديد» (A New Responsibility Model)، كما طرحت هذه الدراسة استنتاجات مهمة في تدعيم ما حققته حركة الإصلاح في مسار حرية الصحافة.

دراسة (Stephen Edwin Coleman): «التلاعب بالصور الرقمية: تحليل وصفي لقواعد الأخلاق وقرارات محرري الصور»^١: بحثت هذه الدراسة مدونات لقواعد السلوك من المطبوعات المختلفة، ومعرفة إذا ما تم تحديث تلك المدونات لإدماج التكنولوجيا الرقمية، وكان خمسون في المئة من الصحف قد درست قانون أخلاقيات التعامل مع التصوير الرقمي، وأظهرت الدراسة أن التكنولوجيا كانت هي العامل الرئيسي في تحقيق نقلة نوعية في التصوير الفوتوغرافي، حيث ساعد التقدم التكنولوجي على تسريع عملية الحصول على الصور، ببرز ظاهرة التصوير الرقمي، ومن جانب آخر فقد سمحت شبكة الإنترنت بمزيد من الصور المستنسخة، وإن كان جوهر الصور والتصوير الفوتوغرافي لا يزال هو نفسه، فإن التغيرات حدثت بسبب تكنولوجيا التصوير الرقمي، وأكدت الدراسة كذلك أن التكنولوجيا الرقمية تتيح تغيير الصور التي يتم إنتاجها ونشرها دون محرر الصور، ومن ثم فإن مصداقية المنشور قد تفقد إذا وقف القراء عن تصديق ما يتم نشره.

دراسة أحمد أحمد عثمان: «حرية التعبير في برامج المشاركة بالراديو في إطار المسئولية الاجتماعية للإعلام الإذاعي»^٢: اهتمت الدراسة بتحديد ما يمكن إتباعه لتحقيق حرية التعبير والمسئولية الاجتماعية في برامج المشاركة بالراديو، وخلصت الدراسة إلى أن

١- Stephen Edwin Coleman, Digital Photo Manipulation. A Descriptive Analysis of codes of ethics and ethical decisions of photo editors, The University of Southern Mississippi, 2007.

٢- أحمد أحمد عثمان، حرية التعبير في برامج المشاركة بالراديو في إطار المسئولية الاجتماعية للإعلام الإذاعي، المؤتمر العلمي السنوي الرابع عشر: الإعلام بين الحرية والمسئولية، ٢٠٠٨م، ص ٦٥٧ - ص ٧٣٣.

مستوى الالتزام بأبعاد المسؤولية الاجتماعية للإعلام الإذاعي كما عكسته هذه البرامج في تناولها للموضوعات المختلفة جاء متوسطاً، كما تبين وجود علاقة ارتباط إيجابية ضعيفة بين مستوى الالتزام في برامج المشاركة بالراديو بأبعاد المسؤولية الاجتماعية ومستوى ممارسة حرية التعبير، وتبين عدم وجود تعارض بين الالتزام بأبعاد المسؤولية الاجتماعية للإعلام الإذاعي ومستوى ممارسة التعبير.

دراسة أميرة محمد إبراهيم: «شريط المحادثة على القنوات الفضائية العربية بين الضوابط الأخلاقية والمسؤولية المهنية»^(١): هدفت الدراسة إلى التعرف على أهم الأفكار والقيم والمعايير الأخلاقية التي تبث عبر شريط المحادثة «Chat Bar»، ومدى تأرجح هذه الرسائل ما بين الالتزام الأخلاقي والمسؤولية الاجتماعية والمهنية والسعي نحو تحقيق الربح التجاري، كما هدفت الدراسة إلى وضع مجموعة من الضوابط الأخلاقية والتشريعات المهنية التي من شأنها ضبط القيم والسلوكيات الاجتماعية والأخلاقية واللغوية التي تعكسها رسائل هذه الشرائط، وقد خلصت الدراسة إلى التراجع الشديد في الأهداف والأخلاقيات الاجتماعية التي يجب أن تقوم بها القنوات الفضائية العربية الخاصة في إطار دورها كوسيلة من وسائل التنشئة الاجتماعية، وهو ما يؤكد الحاجة الملحة نحو وجود موثيق شرف تنظم عمل هذه القنوات في إطار التوازن بين حرية الرأي والمكاسب التجارية وصالح المجتمع وأهدافه وقيمه والدور الاجتماعي الواجب لهذه القنوات.

دراسة عزة مصطفى الكحكي: «حدود الحرية والمسؤولية كما يراها القائم بالاتصال بقناة الجزيرة الإخبارية»^(٢): استهدفت الدراسة التعرف على حدود الحرية والمسؤولية لدى القائم بالاتصال بقناة الجزيرة الإخبارية، من خلال عينة عمدية مكونة من ١٠٢ من القائمين بالاتصال بالجزيرة لتشمل العينة المحررين ومعدّي البرامج ومذيعي النشرة

١- أميرة محمد إبراهيم، شريط المحادثة على القنوات الفضائية العربية بين الضوابط الأخلاقية والمسؤولية المهنية، المؤتمر العلمي السنوي الرابع عشر: الاعلام بين الحرية والمسؤولية يوليو ٢٠٠٨م، ص ٢٧٧ - ص ٢٢٦.

٢- عزة مصطفى الكحكي، حدود الحرية والمسؤولية كما يراها القائم بالاتصال بقناة الجزيرة الإخبارية، المؤتمر العلمي السنوي الرابع عشر: الاعلام بين الحرية والمسؤولية، ٢٠٠٨م، ص ٦٠٥ - ص ٦٥٦.

ومقدمي البرامج والمندوبين ورؤساء التحرير ومديري الأخبار ومنسقي التبادل الإخباري والمخرجين والمترجمين والمصورين، تبين من الدراسة أن ٥١٪ من القائمين بالاتصال لا يلتزمون حرفيًا بتطبيق ميثاق الشرف المهني، كما أشار ٧٧,٥٪ من القائمين بالاتصال إلى ارتفاع المستوى المهني بالجزيرة، وجاءت المهنية والحرفية العالية من أهم سمات المادة الإعلامية بالجزيرة يليها أنها تتصف بالمسئولية الأخلاقية ثم الديمقراطية في عرض الرأي والرأي الآخر والحرية في التعبير، كذلك تبين من نتائج الدراسة أن سياسة القناة هي المحدد الرئيسي لصنع القرار في انتقاء الأخبار بالمحطة يليها السبق الإخباري ثم توجيهات رئيس العمل، كما تبين أن ٨١,٤٪ من القائمين بالاتصال يرون أن ممارسة الحرية الإعلامية لا تحول دون مراعاة المسؤولية الاجتماعية والأخلاقية والمهنية.

دراسة (Åshild Hjølstad Linderud): «آثار مواثيق الأخلاق في وسائل الإعلام: تحليل مقارنة بين صحفي هاواي والصحفيين النرويجيين»^١: قارنت الدراسة بين هؤلاء الصحفيين الذين يتبعون مواثيق مهنية بشكل إلزامي وبين هؤلاء الذين ليس لديهم ميثاقًا محددًا، وإنما يتبعون طوعًا مدونات سلوك، من خلال دراسة مقارنة بين الصحفيين النرويجيين وصحفي هاواي، أكدت الدراسة أن سلوك الصحفيين الذين يتبعون ميثاقًا معينًا يكون أكثر تماثلًا من هؤلاء الذين قد يتبعون طوعًا مدونات أخلاقية، حيث خلصت الدراسة إلى أن الصحفيين النرويجيين يتبعون ميثاقًا مهنيًا إلزاميًا بصورة كبيرة، وإن كان لا يعني هذا- وحسب الدراسة- أن صحفي هاواي ليست لديهم قواعد أخلاقية.

دراسة (Angela Hope Nilles): «جون ستewart و(ذا ديلي شو): الفكاهة والأخلاقيات والحوار في المجال العام»^٢: تناولت الباحثة في دراستها البرنامج الأمريكي الشهير (ذا ديلي شو: "The daily show")، والذي يقدمه نجم الكوميديا الإعلامي الأمريكي جون ستewart

1- Åshild Hjølstad Linderud, Effects of Codes of Ethics in Media: A Comparative Analysis of Hawaii Journalists and Norwegian Journalists, College of Communication at Hawaii Pacific University, 2009

2- Angela Hope Nilles, Jon Stewart and the Daily Show. Humor, Ethics and Conversation in the public square, University of Colorado at Boulder, 2011.

وفيه تناول الكثير من الأمور السياسية بطريقة ساخرة، حيث ركزت الباحثة على تناوله لموضوعات ولقضايا ذات خلفية دينية في برنامجه، بما يحتله الدين من مكانة كبيرة في نفوس كثيرين، وخلصت إلى أن هناك رأيين، الأول: عدم مناقشة الدين في المجال العام، الثاني: وضع مراقبة حازمة لمناقشة الموضوعات ذات الخلفية أو الطبيعة الدينية.

دراسة (Patrick Lee Plaisance, Elizabeth A. Skewes and Thomas Hanitzsch): التوجهات الأخلاقية للصحفيين حول العالم⁽¹⁾: اهتمت هذه الدراسة بتحليل التوجهات الأخلاقية للصحفيين في نحو ١٨ بلدًا، بهدف البحث في توجهات الصحفيين الأخلاقية، وتأثرهم بعوامل مختلفة، تتعلق بمستوى الدولة وأيديولوجيتها أكثر من المتغيرات الفردية، تنعكس بطبيعة الحال على توجهاتهم وتفكيرهم، أكدت نتائج الدراسة تأثيرات التسلسل الهرمي للنظريات بشأن العمل بالأخبار، كما أنها تثير تساؤلات حول طبيعة المعايير العالمية التي من شأنها أن تشكل نظرية أخلاقية لمهنة الصحافة وعلاقة ذلك بالثقافات المختلفة.

مدى الاستفادة من الدراسات السابقة:

اهتمت الدراسات والأوراق البحثية، والتي عرض الباحثان لها، بتناول المعالجة- التغطية الإعلامية، ورصد أبرز الانتهاكات والأخطاء التي يقع فيها بعض الإعلاميين عند الممارسة الإعلامية لمختلف القضايا، ومنها معالجة وتغطية مراحل العملية الانتخابية المختلفة، ومن ثم فقد أفادت هذه الدراسات في مجملها الدراسة الحالية التي يقوم بها الباحثان على المستويين المنهجي والمعرفي، من حيث فهم طبيعة دور الإعلام، بالأخص أثناء الانتخابات، بالإضافة إلى مساعدة الباحثين في بناء صحيفة الاستقصاء التي تم تطبيقها على مجموعة متنوعة من الصحفيين والإعلاميين.

1- Patrick Lee Plaisance, Elizabeth A. Skewes and Thomas Hanitzsch: Ethical Orientations of Journalists Around the Globe: Implications From a Cross-National Survey, Communication Research 2012 39: 641 originally published online 26 June 2012, <http://crx.sagepub.com/content/39/5/641>

(٣) مشكلة الدراسة:

تتمثل مشكلة الدراسة في أهمية الوقوف على أخلاقيات المعالجة الإعلامية للانتخابات المختلفة، والتي تشهدها مصر، وعلى وجه الخصوص الانتخابات الرئاسية، بالإضافة إلى الانتخابات النيابية والمحلية، خاصة وأن هناك احتجاجًا متزايدًا يتصاعد يومًا بعد آخر خلال السنوات القليلة الماضية بشأن المعالجة / التغطية الإعلامية للعملية الانتخابية، حتى أصبحت وسائل الإعلام طرفًا رئيسيًا في الصراعات التي تشهدها العملية الانتخابية بأطرافها المتعددة.

ومن الأهمية بمكان أن يقوم الإعلاميون أنفسهم، في إطار من التنظيم الذاتي للجماعة الصحفية والإعلامية، في تأكيد أخلاقيات المعالجة الإعلامية للانتخابات، بما يمكن أن يساهم مستقبلاً في التوصل إلى «مدونة سلوك» يلتزمون بها في ممارساتهم الإعلامية أثناء عملية المعالجة / التغطية الإعلامية للانتخابات.

(٤) أهداف الدراسة:

تتمثل أهداف الدراسة في النقاط التالية:

١. التعرف على مدى تأثير الإعلاميين في معالجتهم الإعلامية للانتخابات بالسياسة التحريرية للوسيلة الإعلامية التي يعملون بها، ومدى تدخل الرؤساء المباشرين في عمل الإعلاميين.
٢. تحليل المشكلات التي تواجه الإعلاميين أثناء معالجتهم الإعلامية للانتخابات، وكيفية مواجهتهم لها .
٣. تفسير درجة الالتزام بمواثيق الشرف الإعلامية.
٤. اكتشاف درجة الموافقة على المعايير المقترحة لضمان معالجة إعلامية مهنية لتغطية الانتخابات في مصر.

٥. رصد الحلول المقترحة لضمان التزام المعالجة الإعلامية بالمهنية في مجال تغطية الانتخابات في مصر.

(٥) تساؤلات الدراسة وفروضها:

(٥ - ١) تساؤلات الدراسة:

تأتي تساؤلات الدراسة انعكاسًا لأهدافها وترجمة لها، حيث يمكن توضيح تلك التساؤلات على النحو التالي:

١. ما مدى تأثير الإعلاميين في معالجتهم الإعلامية للانتخابات بالسياسة التحريرية للوسيلة الإعلامية والرؤساء المباشرين؟

٢. كيف يمكن تحليل مشكلات الممارسة المهنية للإعلاميين أثناء معالجتهم الإعلامية للانتخابات في ضوء فهم البيئة الصحفية/ الإعلامية؟

٣. كيف يمكن تفسير موقف الإعلاميين من المعالجة الإعلامية للانتخابات؟

٤. ما موقف الإعلاميين من آليات ضبط الأداء المهني؟ وكيف يمكن تفسير هذا الموقف؟

٥. ما معايير ضمان معالجة إعلامية مهنية لتغطية الانتخابات في مصر؟

٦. ما الحلول المقترحة لضمان التزام المعالجة الإعلامية بالمهنية في مجال تغطية الانتخابات في مصر؟

(٥ - ٢) فروض الدراسة:

١. الفرض الأول: توجد فروق دالة إحصائية بين الإعلاميين حسب غط ملكية الوسيلة الإعلامية ونوعها في الاعتقاد بمدى التزام وسائل الإعلام بمواثيق الشرف الإعلامية.

٢. الفرض الثاني: توجد فروق دالة إحصائية بين الإعلاميين حسب نمط ملكية الوسيلة الإعلامية ونوعها في مدى موافقتهم على وجود مدونة أخلاقية ومهنية لضبط الأداء الإعلامي أثناء الانتخابات.

٣. الفرض الثالث: توجد فروق دالة إحصائية بين الإعلاميين حسب نمط ملكية الوسيلة الإعلامية ونوعها في توقعهم بإمكانية اتفاق وسائل الإعلام على وجود مدونة أخلاقية ومهنية لضبط الأداء الإعلامي أثناء الانتخابات.

(٦) الإطار النظري للدراسة:

تستفيد هذه الدراسة من الفهم العام والطرح الفكري الخاص بعدد من نظريات الإعلام في مقدمتها:

(٦-١) نظرية «المسئولية الاجتماعية» Social Responsibility:

يؤرخ لنظرية «المسئولية الاجتماعية» بتقرير لجنة حرية الصحافة الأمريكية، والذي صدر عام ١٩٤٧م تحت عنوان «صحافة حرة ومسئولة» A free and Responsible Press، حيث أكد التقرير على حرية وسائل الإعلام، وأن كل حرية يقابلها مسؤولية، فالحرية حق وواجب ومسئولية في ذات الوقت، ومن جانب آخر أن التجاوزات التي تحدث من قبل الصحافة يكون لها أكبر الضرر في المجتمع^(١).

ومن ثم فإنه يمكن القول إن الفكرة الرئيسية التي تقوم عليها هذه النظرية هي التوازن بين حرية وسائل الإعلام ومسئوليتها أمام المجتمع^(٢)، وهو ما يستلزم قيام وسائل الإعلام بالتزامات معينة تجاه المجتمع، من خلال وضع معايير مهنية للإعلام منها الصدق

١- انظر: أميرة العباسي، رؤية الصحفيين في الصحف الخاصة المصرية لأخلاقيات الممارسة المهنية، المؤتمر العلمي التاسع: أخلاقيات الإعلام، الجزء الأول، ٢٠٠٣م، ص ١٦. محمد منير حجاب، نظريات الاتصال، القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، ٢٠١٠م، ص ٢٢٣-٢٢٤.

٢- رباب عبد الرحمن هاشم، أبعاد المسؤولية المهنية والأخلاقية لبرامج الحوار التلفزيونية بالفنون الحكومية والخاصة في تغطية انتخابات الرئاسة المصرية ٢٠١٢، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد الثاني والأربعون، أكتوبر/ ديسمبر ٢٠١٢م، ص ٣٤٥-٣٤٦.

والموضوعية والتوازن والدقة، بالإضافة إلى تعددية وسائل الإعلام بما يعكس تنوع الآراء والأفكار في المجتمع، ومن ثم فإنه «يحظر على وسائل الإعلام نشر أو عرض ما يساعد على الجريمة أو العنف أو ما له تأثير سلبي على الأقليات في أي مجتمع، كما يحظر على وسائل الإعلام التدخل في حياة الأفراد الخاصة»^(١).

ومن جانبه يذهب محمد حسام الدين إلى أنه يمكن تحديد المسؤولية الاجتماعية للصحافة بتعريف:

(أ) المسؤولية الاجتماعية للصحافة تجاه المجتمع.

(ب) المسؤولية الاجتماعية للصحفيين تجاه جماعاتهم المهنية.

وهو يُعرّف المسؤولية الاجتماعية للصحافة تجاه المجتمع بأنها «مجموع الوظائف التي يجب أن تلتزم بتأديتها أمام المجتمع في مختلف مجالاته السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية، يتوافر في معالجتها موادها قيم مهنية كالدقة والموضوعية والتوازن والشمول، شريطة أن تتوافر للصحافة حرية حقيقة تجعلها مسئولة أمام القانون والرأي العام»، كما يعرف مسؤولية الصحفي تجاه جماعته المهنية بأنها «محصلة استجابة الصحفي نحو فهم ومشاركة جماعته المهنية في أداء مهامها، وحرصه على تماسك واستمرار وسمعة جماعته الصحفية، وتحقيق أهدافها وتدعيم تقدمها في شتى المجالات وتفهمه لمشكلاتها، وهي استجابة نابعة من ذاته غير مجبر عليها»^(٢).

١- انظر: محمد منير حجاب، نظريات الاتصال، القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، ٢٠١٠م، ص ٢٢٤-٢٢٥.
٢- محمد حسام الدين، المسؤولية الاجتماعية للصحافة، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ٢٠٠٣م، ص ٩٨-١٠٢.
للمزيد انظر: محمد حسام الدين محمود إسماعيل، المسؤولية الاجتماعية للصحافة المصرية، رسالة ماجستير غير منشورة، القاهرة: جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الصحافة، ١٩٩٦م.

(٦ - ٢) نظرية «حارس البوابة» Gate Keeper:

نرى هذه النظرية أنه على طول الرحلة التي تقطعها المادة الإعلامية حتى تصل من المصدر إلى الجمهور المستهدف فإنه توجد نقاط أو بوابات، وكأن الاتصال هنا عبارة عن سلسلة متصلة الحلقات، يتم فيها اتخاذ قرارات بما يدخل وما يخرج^(١)، أي ما يُنشر وما لا يُنشر على الجمهور، بحيث يصبح لحارس البوابة سلطة اتخاذ القرار فيما سيمر من خلال بوابته وكيف سيمر^(٢).

كما رأت تلك النظرية أن القائم بالاتصال هو المسئول عن البحث عن المعلومة، والتأكد من صحتها قبل تقديمها للجمهور، ومن ثم قدرة الصحفي على الملاحظة والمتابعة أحداث واختيار ما يمكن نشره، وإن كان يواجه الكثير من الضغوط في هذا السبيل^(٣)، بالإضافة إلى الأمور التي تؤثر عليه، حيث يتأثر حارس البوابة بعدة معايير هي: قيم مجتمع وتقاليد وما به من مبادئ يسعى لإقرارها، المعايير الذاتية للقائم بالاتصال وتشمل عوامل التنشئة الاجتماعية والتعليم والاتجاهات والميول والانتماءات والجماعات المرجعية، المعايير المهنية للقائم بالاتصال وتشمل سياسة الوسيلة الإعلامية ومصادر الأخبار وعلاقات العمل وضغوطه، معايير الجمهور من حيث ردود فعل الجمهور تجاه المادة الإعلامية^(٤).

١- حسن عماد مكاوي وليلى حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، الطبعة السابعة، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ٢٠٠٨م، ص ١٧٦ - ١٧٧.

٢- انظر: محمد منير حجاب، نظريات الاتصال، القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، ٢٠١٠م، ص ٢٧٠.

٣- أميرة العباسي، رؤية الصحفيين في الصحف الخاصة المصرية لأخلاقيات الممارسة المهنية، مرج سابق، ص ١٦-١٧.

٤- حسن عماد مكاوي وليلى حسين السيد، مرجع سابق، ص ١٧٨-١٨٤. للمزيد حول نظرية (حارس البوابة) يمكن الرجوع إلى: جيهان رشتي، الأسس العلمية لنظريات الإعلام، القاهرة: دار الفكر العربي، ص ٢٩٨ - ٣٥١.

(٧) نوع الدراسة:

ينتمي هذا البحث إلى البحوث الوصفية التي تستهدف التعرف على رؤية الإعلاميين- باعتبارهم يمثلون مجتمع الدراسة- لأخلاقيات الممارسة المهنية فيما يتعلق بتغطية الانتخابات، والعوامل المؤثرة على اتجاهات هذه الممارسة.

(٨) منهج الدراسة:

تعتمد هذه الدراسة على أسلوب المسح الإعلامي في جمع البيانات، من خلال مسح مجتمع الإعلاميين العاملين في عدد من وسائل الإعلام الحكومية والحزبية والخاصة، بهدف الحصول على إجابات دقيقة عن موضوع الدراسة، التي تسهم في الإجابة على تساؤلاتها للتوصل إلى نتائج مفسرة، لها دلالتها الإحصائية، وذلك لقياس آراء واتجاهات القائمين بالاتصال نحو مدونة سلوك لتغطية الانتخابات، كما استخدمت أيضاً المنهج المقارن للمقارنة بين استجابات المبحوثين في وسائل الإعلام بوجه عام.

(٩) عينة الدراسة:

تم اختيار عينة الدراسة الميدانية وفقاً لأسلوب العينة الحصصية، حيث تم تطبيق الدراسة على عينة قوامها ٢٠٠ إعلامي من العاملين بالصحافة والإذاعة والتلفزيون والمواقع الصحفية الإلكترونية، وقد تم مراعاة طبيعة ملكية الوسيلة الإعلامية.

(١٠) أداة جمع البيانات وأسلوب المعالجة:

تم جمع بيانات هذه الدراسة من خلال صحيفة الاستقصاء التي تم تصميمها وتوزيع أسئلتها على خمسة محاور عرضت نتائج الدراسة وفقاً لها، وتم عرض الاستمارة على عدد من المحكمين، لقياس صدقها وقدرتها على الإجابة على تساؤلات البحث.

(١١) إجراءات الصدق للدراسة:

يقصد بالصدق اتفاق المحكمين على أن أداة القياس صالحة لتحقيق أهداف الدراسة، ويطلق عليه الصدق الظاهري، ومن ثم قام الباحثان بالتحقق من صدق استمارة الاستبيان بتحكيمها من عدد من الأساتذة المتخصصين في الإعلام^(١)، وأجريت بعض التغييرات اللازمة على الاستمارة بناءً على توجيهاتهم لوضع استمارة الاستبيان في صورتها النهائية.

وقد تم تطبيق الاستمارة ميدانيًا بأسلوب المقابلة الشخصية، وبعد المراجعة المكتبية لاستمارات البحث واستبعاد غير الصالح منها للتطبيق والمعالجة الكمية تم تفريغ البيانات باستخدام برنامج (SPSS)، والاعتماد على حساب التكرارات واستخراج الجداول البسيطة والمركبة، واستخدام المتوسط الحسابي والوزن النسبي، بالإضافة إلى بعض المعاملات الإحصائية (كا^٢ - معامل التوافق - اختبار أنوفا أحادي الاتجاه)، وذلك للتوصل إلى نتائج الدراسة العامة والتفصيلية.

١- استعان المؤلفان/ الباحثان في تحكيم الاستمارة بكل من:

أ. د. محمد شومان: عميد كلية الإعلام- الجامعة البريطانية.

أ. د. عادل عبد الغفار: عميد كلية الإعلام- جامعة بني سويف.

د. عادل صالح: مدرس الصحافة بكلية الإعلام- الجامعة البريطانية.

د. محمد بسيوني: خبير في مجال حقوق الإنسان- صحفي بمؤسسة (الأهرام).

الفصل الثالث

الإعلام والانتخابات : دراسة ميدانية

عينة الدراسة:

اختار الباحثان عينة الدراسة الميدانية وفقاً لأسلوب العينة الحصصية، حيث تم تطبيق الدراسة على عينة قوامها ٢٠٠ إعلامي من العاملين بالصحافة والإذاعة والتلفزيون والمواقع الصحفية الإلكترونية، وإن استجاب ١٨٠ إعلامياً منهم فحسب، وقد حرص الباحثان على تنوع المبحوثين من حيث نوع الوسائل التي يعملون بها ونمط ملكيتها، حتى تمثل العينة - إلى حد كبير - مجتمع العاملين في المجال الإعلامي في مصر، على النحو الذي يوضحه الجدول التالي.

(جدول رقم ١)

توزيع عينة الإعلاميين حسب نوع الوسيلة ونمط ملكيتها

نوع الوسيلة	نمط الملكية			الإجمالي
	حكومي	حزبي	خاص	
صحف	ك	٢٤	١٥	٢٧
	%	٢٩,٦	١٠٠	٣٢,١
راديو	ك	٢٥	١٦	٤١
	%	٣٠,٩	١٩,٠	٢٢,٨
تلفزيون	ك	٢٥	٢٩	٥٤
	%	٣٠,٩	٣٤,٥	٣٠
إعلام إلكتروني	ك	٧	١٢	١٩
	%	٨,٦	١٤,٣	١٠,٦
الإجمالي	ك	٨١	١٥	٨٤
	%	١٠٠	١٠٠	١٠٠

كما ظهر هذا التنوع أيضاً في المتغيرات الديموغرافية للمبحوثين على النحو التالي:

(جدول رقم ٢)

الخصائص الديموغرافية للإعلاميين عينة الدراسة

المتغيرات الديموغرافية		
الجنس	ك	%
	ذكر	١٢٢
العمر	أنثى	٥٨
	من ١٢-٢٠ سنة	٩٠
سنوات الخبرة	من ١٣-٢٤ سنة	٥١
	أكثر من ٢٤ سنة	٣٩
سنوات الخبرة	من سنة إلى ٥ سنوات خبرة	٧٢
	من ٦ سنوات - إلى ١٠ سنوات خبرة	٤٧
	أكثر من ١٠ سنوات	٦١

وفيما يتعلق بالانتماءات السياسية للمبحوثين تبين أن الصحفيين، بل والإعلاميين عمومًا، لا يعبرون صراحة عن انتماءاتهم السياسية والحزبية رغم عملهم في بعض الأحيان في صحف حزبية، أو في وسائل إعلامية معروفة اتجاهاتها السياسية، ربما لأنه من الممكن أن ينتقلوا - وفي بعض الأحيان - من صحيفة حزبية إلى صحيفة حزبية أخرى، أو من وسيلة إعلامية إلى وسيلة إعلامية أخرى، لها اتجاهاتها السياسية والأيدولوجية، مما قد يعتبره البعض تغييرًا لانتماءاتهم السياسية، إلا أن ثلاثة مبحوثين فحسب من إجمالي ١٨٠ مبحوثًا قد ذكروا صراحة انتماءهم السياسي، ينتمي اثنان منهما إلى حزب التجمع بينما ينتمي مبحوث واحد إلى حزب الوفد، وفيما يلي (جدول رقم ٣) يوضح التصنيف السياسي للمبحوثين من وجهة نظرهم:

(جدول رقم ٣)

التصنيف السياسي للإعلاميين عينة الدراسة

التصنيف	ك	%	التصنيف	ك	%
لا أعرف	٥٠	٢٧,٨	يساري	٦	٣,٣
ليبرالي	٤٦	٢٥,٦	اشتراكي	٤	٢,٢
مصري	٢٣	١٢,٨	أخرى تذكر	٨	٤,٤
قومي	٢٢	١٢,٢	رفض الإجابة	١٧	٩,٤
إسلامي	٩	٥	Total	١٨٠	١٠٠

يتضح من بيانات الجدول السابق أن ١١٣ مبحوثًا (بنسبة ٦٢,٨%) استطاعوا بوضوح تحديد التيار السياسي الذي ينتمون إليه، حيث ينتمي ٤٦ مبحوثًا من ١١٣ مبحوثًا بنسبة (٤٠,٧%) للتيار الليبرالي، بينما ينتمي ٣٤ مبحوثًا (بنسبة ٣٠,١%) للتيارات اليسارية المختلفة، وينتمي تسعة مبحوثين فحسب للتيار الإسلامي، كما يتبين من الجدول السابق أن ٩٠ مبحوثًا من إجمالي ١٨٠ مبحوثًا عينة الدراسة (بنسبة ٥٠%) تهربوا من إجابة السؤال بصور متعددة إما لأنه لا يعرف تصنيفه السياسي (٢٧,٨%)، أو اكتفائه بالقول إنه مصري (١٢,٨%)، أو إنه رفض الإجابة على السؤال (٩,٤%).

محاوَر الدراسة:

يستعرض الباحثان نتائج الدراسة الميدانية التي قاما بها في إطار المحاور الستة التالية:

١. مدى تأثير الإعلاميين في تغطية الانتخابات بالسياسة التحريرية للوسيلة الإعلامية والرؤساء المباشرين.
٢. مشكلات الممارسة المهنية للإعلاميين أثناء تغطية الانتخابات.
٣. موقف الإعلاميين من التغطية الإعلامية للانتخابات.
٤. موقف الإعلاميين من آليات ضبط الأداء المهني.

٥. معايير ضمان معالجة إعلامية مهنية لتغطية الانتخابات في مصر.

٦. الحلول المقترحة لضمان التزام المعالجة الإعلامية بالمهنية في مجال تغطية الانتخابات في

مصر.

النتائج العامة للدراسة:

هدفت الدراسة الميدانية التعرف على الوظائف التي ينبغي أن تقوم بها وسائل الإعلام المختلفة أثناء الانتخابات من وجهة نظر الإعلاميين، وهو ما توضحه بيانات الجدول التالي.

(جدول رقم ٤)

وظائف وسائل الإعلام أثناء الانتخابات من وجهة نظر الإعلاميين

وظائف الإعلام أثناء الانتخابات	ك	%
تقديم الأخبار والمعلومات	١٠٧	٥٩,٤
مراقبة أداء المرشحين	٧٨	٤٣,٣
التشويق والإثارة الإعلامية	٧٣	٤٠,٦
تحقيق الربح المادي	٥٣	٢٩,٤
توعية المجتمع بالقضايا الملحة	٥٠	٢٧,٨
التعليم والتثقيف	٤٢	٢٣,٣
أخرى تذكر	٩	٥
جملة من سئلا	١٨٠	

يتضح من بيانات الجدول السابق أن أهم ثلاث وظائف يجب أن تقوم بها وسائل الإعلام المختلفة أثناء العملية الانتخابية، هي: تقديم الأخبار والمعلومات (بنسبة ٥٩,٤٪)، ومراقبة أداء المرشحين (٤٣,٣٪)، والتشويق والإثارة الإعلامية (٤٠,٦٪). يليهم بفارق نسبي كبير كل من: تحقيق الربح المادي (٢٩,٤٪)، وتوعية المجتمع بالقضايا الملحة (٢٧,٨٪)، والتعليم والتثقيف (٢٣,٣٪).

وإذا كانت هذه الوظائف هي ما ينبغي أن تقوم به وسائل الإعلام أثناء الانتخابات إلا أن بعض الإعلاميين قد أضافوا بعض الوظائف الأخرى التي تقوم بها وسائل الإعلام «فعليًا» ومن واقع ممارستهم العملية أثناء الانتخابات، منها ما هو سلبي ومنها ما هو إيجابي، وكان من أبرز الأدوار السلبية التي أشاروا إليها: إثارة الصراعات والانقسامات، الانحياز لمُرشح بعينه وتوجيه الناخبين للتصويت، التشويش الإعلامي، تزييف الوعي، الدعاية لمُرشح الحكومة، ومتابعة سير العملية الانتخابية ومراقبة مدى نزاهتها، محاولة جذب أكبر نسبة مشاهدة. وعلى الرغم من انخفاض النسبة حيث لم تتجاوز ٥% من إجمالي العينة، إلا أنها تعطي مؤشرًا على وجود نسبة من الإعلاميين الراضين لممارسات وسائل الإعلام أثناء الانتخابات وهو ما سيتم توضيحه لاحقًا من خلال الإجابة عن تساؤلات الدراسة.

المحور الأول: مدى تأثير الإعلاميين في تغطية الانتخابات بالسياسة التحريرية للوسيلة الإعلامية والرؤساء المباشرين:

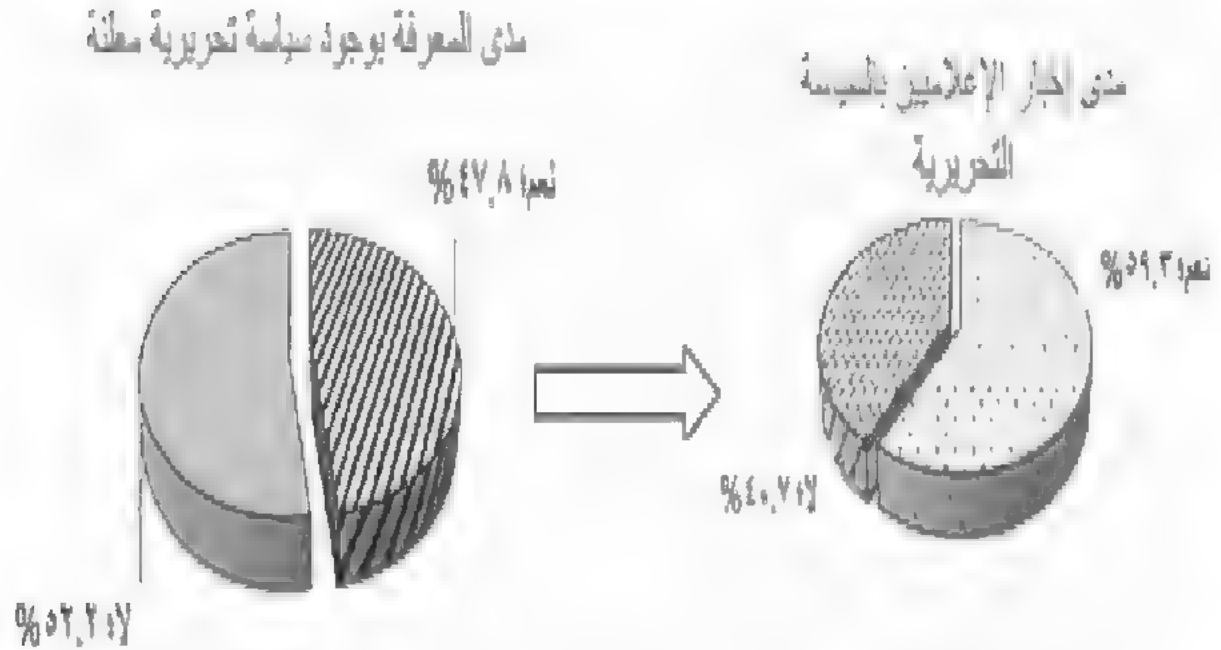
استهدفت الدراسة الميدانية التعرف على مدى تأثير الإعلاميين أثناء تغطيتهم للانتخابات بالسياسة التحريرية للوسيلة الإعلامية التي يعملون بها وبالرؤساء المباشرين، وقد توصلت نتائج الدراسة إلى ما يلي:

١- مدى معرفة الإعلاميين بوجود سياسة تحريرية للوسيلة التي يعملون بها وإخبارهم بها:

توصلت نتائج الدراسة الميدانية إلى أن ٤٧,٨% من الإعلاميين يعرفون بوجود سياسة تحريرية معلنة للوسيلة الإعلامية التي يعملون بها (٨٦ مبحوثًا من إجمالي ١٨٠ مبحوثًا)، حيث تم إخبار ٥١ مبحوثًا فحسب من إجمالي ٨٦ إعلاميًا عينة الدراسة (بنسبة ٥٩,٣%)، وهو ما توضحه بيانات الشكل التالي:

(شكل رقم ١)

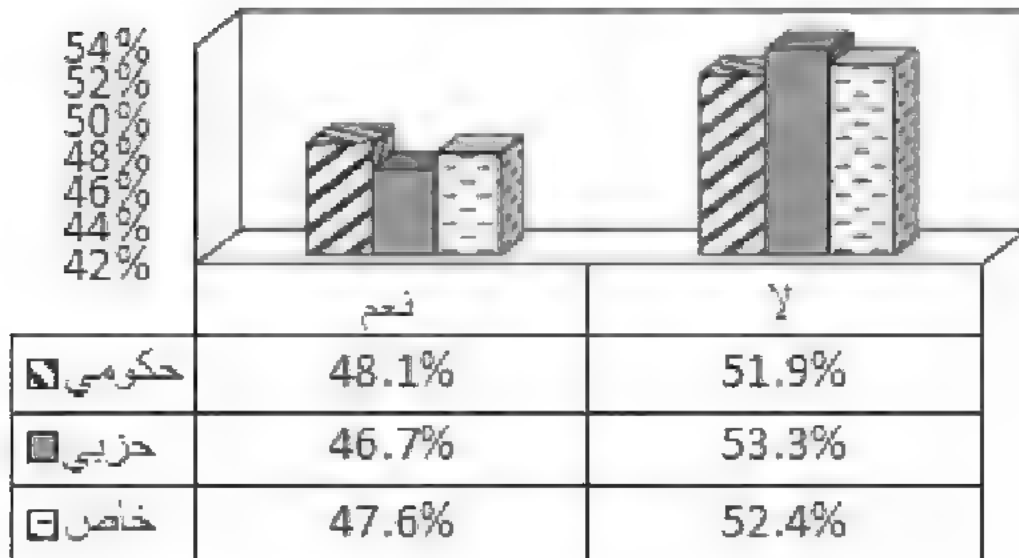
مدى معرفة الإعلاميين بوجود سياسة تحريرية للوسيلة وإخبارهم بها



وقد تبين من الدراسة الميدانية أن حوالي نصف المبحوثين (٩٤ مبحوثًا من إجمالي ١٨٠ مبحوثًا، بنسبة ٥٢,٢%) لا يعرفون بوجود سياسية تحريرية معلنة للوسائل الإعلامية التي يعملون بها، وغالبًا لم يتم إخبار الإعلاميين بشكل شخصي بقواعد السياسة التحريرية التي تتبعها الوسيلة الإعلامية. وقد أظهرت النتائج أن غمط ملكية الوسيلة لا يؤثر في معرفة الإعلاميين بوجود سياسة تحريرية معلنة للوسيلة، وهو ما توضحه بيانات الشكل التالي:

(شكل رقم ٢)

تأثير غط ملكية الوسيلة الإعلامية على معرفة الإعلاميين بوجود سياسة تحريرية



وبصفة عامة لم يتضح تأثير نوع الوسيلة وغط ملكيتها على معرفة الإعلاميين بوجود سياسة تحريرية معلنة، إلا أنه يُلاحظ حرص الصحف الخاصة وقنوات التلفزيون الحكومي على وجود سياسة تحريرية معلنة يعرف بها الإعلاميون العاملون بهما، وقد يرجع ذلك لارتباط أصحاب الصحف الخاصة، وفي الأغلب الأعم، بشبكة علاقات ومصالح سياسية واقتصادية مما قد يؤثر على السياسة التحريرية/ الإعلامية للوسيلة الإعلامية ومعالجاتها لمختلف القضايا المجتمعية، السياسية والاقتصادية والاجتماعية، بينما ترتبط قنوات التلفزيون الحكومي بالسياسة العامة للحكومة والحزب الحاكم متى وصل إلى السلطة.

(جدول رقم ٥)

تأثير فط ملكية الوسيلة الإعلامية ونوعها على معرفة الإعلاميين بوجود سياسة تحريرية

الوسيلة الإعلامية ونظمت ملكيتها													المعرفة بوجود سياسة تحريرية معلنة
الإعلام الإلكتروني			التليفزيون			الراديو			الصحف				
الإجمالي	خاص	حكومي	الإجمالي	خاص	حكومي	الإجمالي	خاص	حكومي	الإجمالي	خاص	حزبي	حكومي	
٧	٢	٥	٢٣	١١	١٢	٢١	٩	١٢	٢٥	١٨	٧	١٠	نعم
٣٦,٨	١٦,٧	٧١,٤	٤٢,٦	٣٧,٩	٤٨	٥١,٢	٥٦,٣	٤٨	٥٣	٦٦,٧	٤٦,٧	٤١,٧	
١٢	١٠	٢	٣١	١٨	١٣	٢٠	٧	١٣	٣١	٩	٨	١٤	
٣٦,٣	٨٣,٣	٢٨,٦	٥٧,٤	٦٢,١	٥٢	٤٨,٨	٤٣,٨	٥٢	٤٧	٣٣,٣	٥٢,٣	٥٨,٣	لا
١٩	١٢	٧	٥٤	٢٩	٢٥	٤١	١٦	٢٥	٦٦	٢٧	١٥	٢٤	
١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	
الإجمالي													الإجمالي

١- مدى تغير السياسة التحريرية للوسائل الإعلامية أثناء الانتخابات:

توصلت نتائج الدراسة الميدانية إلى أن ٧٨,٣٪ من الإعلاميين عينة الدراسة قد شاركوا في تغطية انتخابات سابقة (١٤١ مبحوثًا من إجمالي ١٨٠ مبحوثًا)، حيث يرى ٤١,٨٪ من هؤلاء الإعلاميين أن السياسة التحريرية للوسائل الإعلامية التي يعملون بها ثابتة أثناء الانتخابات (٥٩ مبحوثًا من إجمالي ١٤١)، بينما يرى ٤٠,٤٪ من المبحوثين أنها متغيرة، وقد يرجع عدم قدرة الإعلاميين على الجزم بما إذا كانت السياسة التحريرية ثابتة أم متغيرة إلى عدم معرفة نسبة كبيرة منهم بوجود سياسية تحريرية مُعلنة، وحتى في حالة معرفتهم بوجود سياسة تحريرية مُعلنة إلا أنه لم يتم إخبارهم بشكل شخصي بقواعد السياسة التحريرية للوسيلة الإعلامية التي يعملون بها، ولم يظهر تأثير لنوع ونمط ملكية الوسيلة على رأي الإعلاميين عينة الدراسة في مدى تغير أو ثبات السياسة التحريرية للوسيلة أثناء الانتخابات، وهو ما توضحه بيانات الجدول التالي.

(جدول رقم ٦)

تأثير فط ملكية الوسيلة الإعلامية ونوعها على تغير السياسة التصريية أثناء الانتخابات

الوسيلة الإعلامية وفط ملكيتها												مدى تغير السياسة التصريية	
الاعلام الالكتروني			التليفزيون			الراديو			الصحف				
	الاجمالي	خاص	حكومي	الاجمالي	خاص	حكومي	الاجمالي	خاص	حكومي	الاجمالي	خاص	حكومي	
٣	٢	١	١٩	١٥	٤	١٤	٤	١٠	٢٣	١١	٥	٧	ك
٣٠	٤٠	٢٠	٤٠,٤	٥٥,٦	٢٠	٤٠	٢٨,٦	٤٧,٦	٤٦,٩	٥٢,٤	٤٥,٥	٤١,٢	%
٦	٢	٤	١٥	٤	١١	١٦	٦	١٠	٢٠	٨	٤	٨	ك
٦٠	٤٠	٨٠	٣١,٩	١٤,٨	٥٥	٤٥,٧	٤٢,٩	٤٧,٦	٨٠,٨	٣٨,١	٤٦,٤	٤٧,١	%
١	١		١٣	٨	٥	٥	٤	١	٦	٢	٢	٢	ك
١٠	٢٠		٢٧,٧	٢٩,٦	٢٥	١٤,٣	٢٨,٦	٤,٨	١٢,٣	٩,٥	١٨,٢	١١,٨	%
١٠	٥	٥	٤٧	٢٧	٢٠	٣٥	١٤	٢١	٤٩	٢١	١١	١٧	ك
١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	%
												الاجمالي	

وعلى الرغم من عدم وجود علاقة ظاهرة بين نوع الوسيلة ومدى تغير السياسة التحريرية للوسيلة أثناء الانتخابات، إلا أن اختبار كا^(١) كشف عن وجود علاقة دالة إحصائية ولكنها سلبية ضعيفة بين غط ملكية القنوات التليفزيونية ومدى تغير السياسة التحريرية لها أثناء الانتخابات، حيث تبين أن الإعلاميين العاملين بقنوات التليفزيون الحكومية يرون أن السياسة التحريرية للتليفزيون «الرسمي / الحكومي» أثناء الانتخابات متغيرة، بينما على العكس يرى الإعلاميون العاملون بالقنوات التليفزيونية الخاصة أن السياسة التحريرية لقنواتهم ثابتة أثناء الانتخابات.

٣- مدى تأثير الإعلاميين بالرؤساء المباشرين في تغطية انتخابات سابقة:

خلصت نتائج الدراسة الميدانية إلى أن ٧٨٪ من الإعلاميين عينة الدراسة يتدخل رؤسائهم المباشرين في تغطيتهم الإعلامية خلال الانتخابات، حيث يرى ١٠,٦٪ (١٥ مبحوثًا من إجمالي ١٤١ مبحوثًا شاركوا في تغطيات إعلامية للانتخابات) من المبحوثين أن رؤسائهم المباشرين يتدخلون دائمًا في عملهم أثناء الانتخابات، بينما ٦٧,٤٪ من المبحوثين يرون أن هذا التدخل يكون أحيانًا.

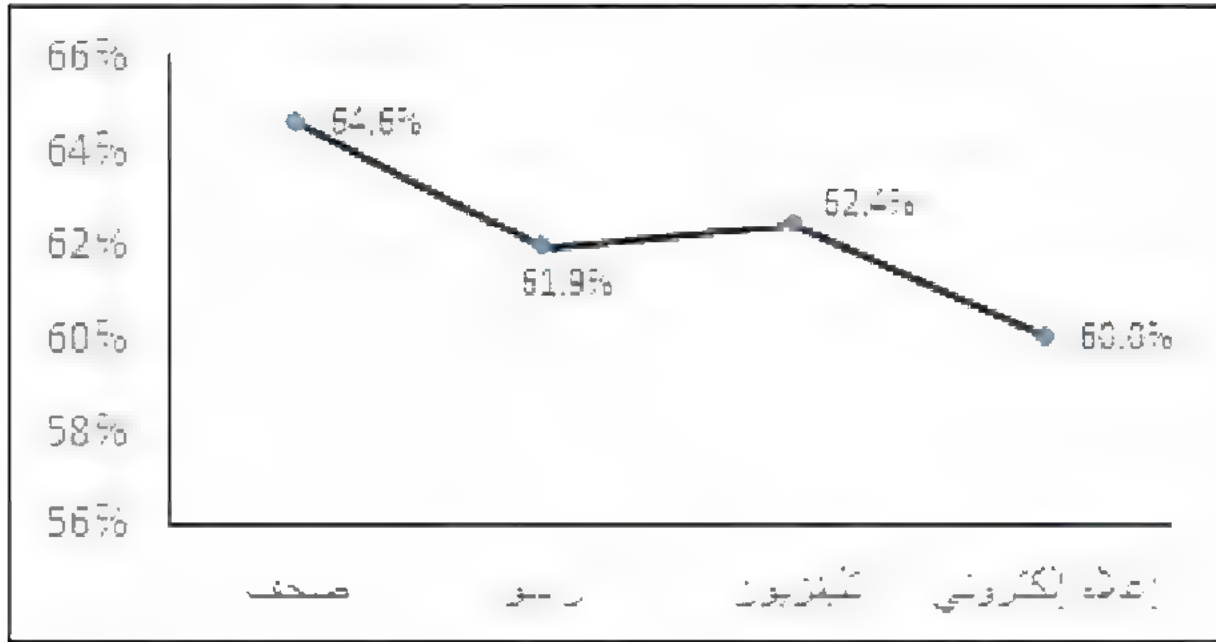
كما تبين من الدراسة أن نوع الوسيلة الإعلامية لا يؤثر في تدخل الرؤساء المباشرين، حيث يوضح (الشكل رقم ٣) توزيع الأوزان النسبية لدرجة تدخل الرؤساء المباشرين في عمل الإعلاميين أثناء الانتخابات حسب نوع الوسيلة، حيث كانت درجة التدخل بصفة عامة متوسطة.

١- كا = ٩,٥، د.ج = ٢، ر = ٠,٢١٠، الدلالة الإحصائية = ٠,٠٠٩.

(شكل رقم ٣)

توزيع الوزن النسبي لمدى تدخل الرؤساء المباشرين في العمل الإعلامي

أثناء الانتخابات حسب نوع الوسيلة



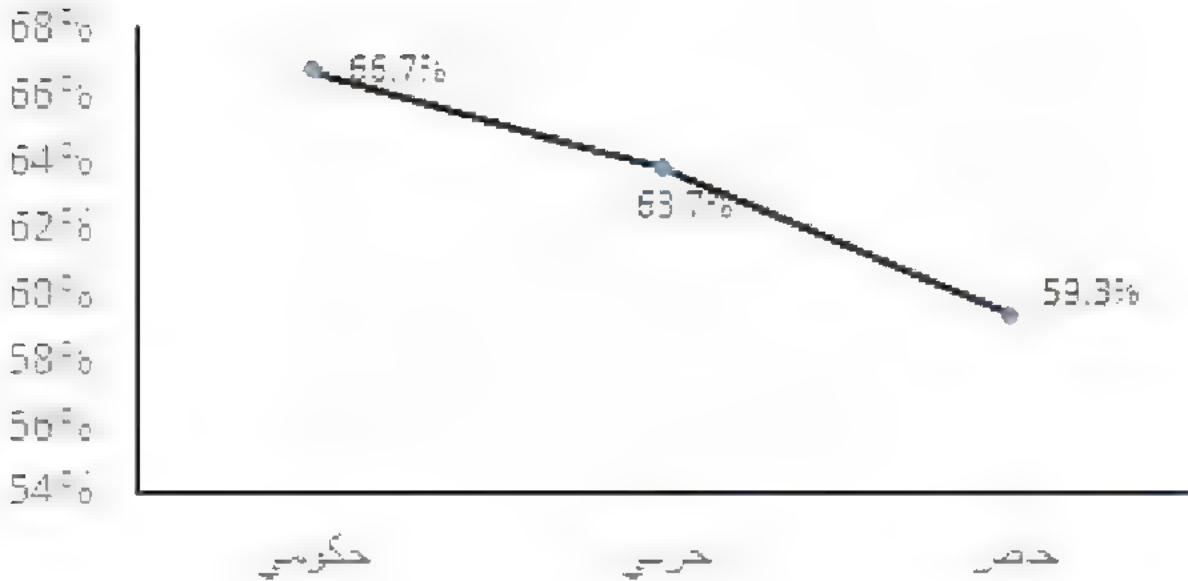
بينما ظهرت علاقة دالة إحصائية^(١) بين نمط ملكية الوسيلة ومدى تدخل الرؤساء المباشرين في التغطية الإعلامية أثناء الانتخابات، حيث يوضح (الشكل رقم ٤) توزيع الأوزان النسبية لمدى تدخل الرؤساء المباشرين في عمل الإعلاميين أثناء الانتخابات حسب نمط ملكية الوسيلة، حيث تبين أن الوسائل الخاصة هي الأقل من حيث تدخل الرؤساء المباشرين في عمل الإعلاميين أثناء الانتخابات ربما لتفهم القائمين بالاتصال بطبيعة الوسيلة التي يعملون بها، فلا يحتاج الأمر إلى تدخل من جانب رؤساء العمل، بينما الوسائل الحكومية هي الأعلى في تدخل الرؤساء المباشرين في العمل الإعلامي بسبب ارتباطها بالسياسة العامة للحكومة/ السلطة القائمة، وبالتالي معرفة العاملين بهذه الوسائل بسقف الحريات المسموح به.

١- ٢٤ = ٨,٩٤، د.ح = ٤، ر = ٠,٢٤٤، الدلالة الإحصائية = ٠,٠٥.

(شكل رقم ٤)

توزيع الوزن النسبي لمدى تدخل الرؤساء المباشرين في العمل الإعلامي

أثناء الانتخابات حسب غمط ملكية الوسيلة



وعند الربط بين مدى تدخل الرؤساء المباشرين في التغطية الإعلامية للانتخابات وسؤال المبحوثين ما إذا تم إخبارهم بالسياسة التحريرية للوسيلة التي يعملون فيها تبين أن ٦٦,٧% من المبحوثين الذين تم إخبارهم شخصيًا بقواعد السياسة التحريرية للوسيلة الإعلامية يتدخل رؤساؤهم أحيانًا في تغطيتهم الإعلامية للانتخابات، كما لوحظ أن النسبة الأكبر من الإعلاميين (٨١,٣%) الذين لم يتم إخبارهم بالسياسة التحريرية للوسيلة يتدخل رؤساؤهم في تغطيتهم الانتخابية، بينما على العكس مع الراديو والتلفزيون، حيث أن النسبة الأكبر من الذين تم إخبارهم بالسياسة التحريرية للوسائل التي يعملون بها يتدخل رؤساؤهم المباشرين في تغطيتهم للانتخابات.

٤- أشكال التدخل في العمل الإعلامي من قبل الرؤساء المباشرين:

فيما يتعلق بأشكال التدخل في العمل الإعلامي من قبل الرؤساء المباشرين، تبين أن «إبراز موضوعات معينة» جاءت في المرتبة الأولى بنسبة ٦٠,٩٪، حيث اتضح أن العاملين بالراديو (٨٨,٥٪) هم الأكثر تعرضاً لهذا التدخل، ومن حيث نمط الملكية تبين أن العاملين بوسائل الإعلام الخاصة (٦٤,٦٪) هم الأكثر تعرضاً لتدخل رؤسائهم لإبراز موضوعات معينة، يليها بفارق نسبي واضح كل من «حذف أجزاء معينة»، حيث تبين أن العاملين بالصحف (٦٥,٩٪) هم الأكثر تعرضاً لهذا التدخل، ومن حيث نمط الملكية تبين أن العاملين بوسائل الإعلام الخاصة (٦٦,٧٪) هم الأكثر تعرضاً لحذف أجزاء معينة من موضوعاتهم، وفي المرتبة الثالثة تأتي «إضافة أبعاد معينة لبعض الموضوعات»، حيث تبين أن الإعلاميين العاملين بالراديو (٥٧,٧٪) هم الأكثر تعرضاً لهذا التدخل، بينما العاملين في وسائل الإعلام الحكومية (٥٠٪) هم الأكثر تعرضاً لإضافة أبعاد معينة لبعض الموضوعات. أما باقي أشكال التدخل فقد حظيت بنسب منخفضة يوضحها الجدول التالي.

(جدول رقم ٧)

أشكال التدخل في العمل الإعلامي أثناء الانتخابات

أشكال التدخل	ك	%
إبراز موضوعات معينة	٦٧	٦٠,٩
حذف أجزاء معينة	٥٣	٤٨,٢
إضافة أبعاد معينة لبعض الموضوعات	٤٩	٤٤,٥
التركيز على جانب معين من الموضوع وإغفال جوانب أخرى	٣١	٢٨,٢
حذف موضوعات معينة	٢٣	٢٠,٩
الاهتمام بالإثارة الإعلامية	٢١	١٩,١
فرض مصادر معينة على الموضوعات	١٨	١٦,٤
أخرى تُذكر	٣	٢,٧
جملة من سئلو		١١٠

٥-أسباب التدخل في العمل الإعلامي من قبل الرؤساء المباشرين:

تبين من الدراسة الميدانية أن مراعاة السياسية التحريرية للوسيلة الإعلامية يُعد من أهم أسباب تدخل الرؤساء المباشرين في العمل أثناء الانتخابات - من وجهة نظر الإعلاميين - حيث جاء هذا السبب في المرتبة الأولى بنسبة ٧٤,٥٪، حيث أن العاملين في الصحف (٨٠,٥٪)، يليهم العاملون في الراديو (٧٣,١٪) هم الأكثر تعرضًا لمثل هذا التدخل، كما تبين أن العاملين في وسائل الإعلام الحزبية (٨٠٪) والخاصة (٧٧,١٪) هم كذلك الأكثر تعرضًا لهذا التدخل، وفي المرتبة الثانية بفارق واضح «إرضاء السلطة والأجهزة الرقابية» بنسبة ٤٣,٦٪، وظهر هذا التدخل مع الإعلاميين العاملين في الراديو (٥٠٪)، والتلفزيون (٤٤,٤٪)، وبشكل أقل في الصحف (٣٩٪)، كذلك تبين أن الإعلاميين العاملين في وسائل الإعلام الخاصة (٤٧,٩٪)، والحكومية (٤٢,٣٪) هم الأكثر تعرضًا للتدخل إرضاءً للسلطة والأجهزة الرقابية، وبشكل أقل يأتي العاملون في الإعلام الحزبي (٣٠٪)، أما باقي الأسباب فقد جاءت بنسب منخفضة يوضحها الجدول التالي.

(جدول رقم ٨)

أسباب التدخل في العمل الإعلامي أثناء الانتخابات

أسباب التدخل	ك	%
مراعاة السياسة التحريرية للوسيلة الإعلامية	٨٢	٧٤,٥
إرضاء السلطة والأجهزة الرقابية	٤٨	٤٣,٦
إرضاء مالك الوسيلة الإعلامية	٢٥	٢٣,٧
إرضاء أطراف معينة داخل المجتمع (تيارات أو أحزاب سياسية معينة)	٢٢	٢٠
بهدف تحقيق الربح المادي والشهرة والانتشار	١٦	١٤,٥
أخرى تُذكر	٦	٥,٥
جملة من سئلو		١١٠

المحور الثاني: المشكلات التي تواجه الإعلاميين أثناء تغطية الانتخابات وكيفية مواجهة الإعلاميين لها:

هدفت الدراسة الميدانية إلى التعرف على المشكلات المهنية والأخلاقية والقانونية التي تواجه الإعلاميين أثناء تغطيتهم الإعلامية للانتخابات، كما هدفت أيضاً التعرف على سبل مواجهتهم لهذه المشكلات، خاصة القانونية منها، بالإضافة إلى أبرز الأخطاء والانتهاكات والضغوط التي يتعرض لها الإعلاميون أثناء تغطيتهم الإعلامية للانتخابات، على النحو التالي:

١- المشكلات التي تواجه الإعلاميين أثناء التغطية الإعلامية للانتخابات:

خلصت الدراسة إلى أن «عدم تعاون بعض المصادر» من أهم المشكلات التي تواجه الإعلاميين أثناء تغطيتهم الإعلامية للانتخابات (٨٨ مبحوثاً من إجمالي ١٤١ مبحوثاً بنسبة ٦٢,٤٪)، يليها بفارق طفيف في المرتبة الثانية «نقص المعلومات وتقديم معلومات غير كافية في بعض الأحيان» (٨٥ مبحوثاً من إجمالي ١٤١ مبحوثاً بنسبة ٦٠,٣٪)، وهو ما يشير إلى القضية القديمة المتجددة والتي طالما يعاني منها الإعلاميون والمتعلقة بحرية تداول المعلومات والوصول إليها، بينما تبين من إجابات الإعلاميين عينة الدراسة أن باقي المشكلات التي تواجههم ليست على درجة كبيرة من الأهمية، وهي: تدخل رئيس التحرير أو رئيس القسم، وعدم وضوح بعض المصطلحات، وهو ما توضحه بيانات الشكل التالي:

(شكل رقم ٥)

المشكلات التي تواجه الإعلاميين أثناء تغطية الانتخابات^(١)



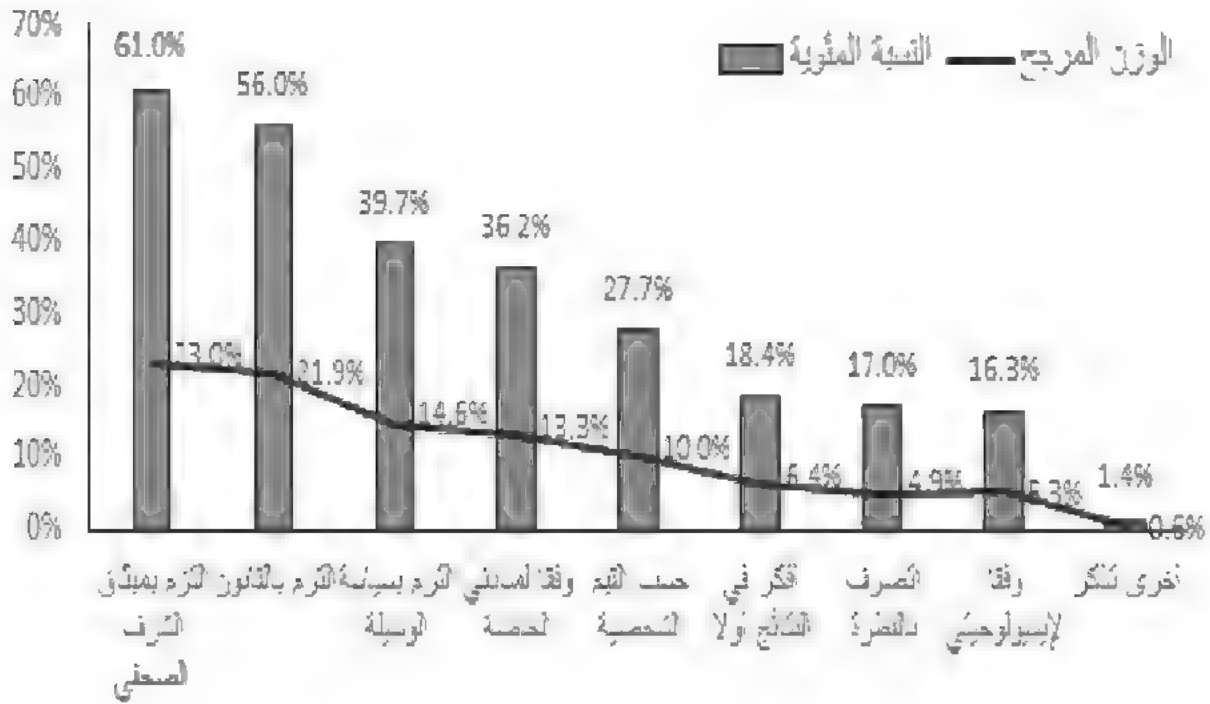
٢- سبل مواجهة الإعلاميين للمشكلات الأخلاقية والقانونية أثناء التغطية الإعلامية للانتخابات:

رصدت الدراسة الميدانية أن «الالتزام بميثاق الشرف الصحفي» جاء في المرتبة الأولى بوزن مرجح ٢٣٪ (٨٦ مبحوثًا من إجمالي ١٤١ مبحوثًا، بنسبة ٦١٪)، يليه في المرتبة الثانية «الالتزام بالقانون» بوزن مرجح ٢١,٩٪ (٧٩ مبحوثًا من إجمالي ١٤١ مبحوثًا، بنسبة ٥٦٪)، أما باقي سبل مواجهة المشكلات الأخلاقية والقانونية فقد حصلت على أوزان مرجحة ونسب مئوية منخفضة كما يتضح من بيانات الشكل التالي:

١- أخرى تذكر: عدم نشر ما يخص الشخصيات العامة في الجيش، ضعف الأداء الإعلامي للجهة المشرفة على الانتخابات، الصورة الذهنية السلبية للقناة التي أعمل به، عدم التوازن الإعلامي في الدعاية لأشخاص على حساب الآخرين.

(شكل رقم ٦)

سبل مواجهة الإعلاميين للمشكلات الأخلاقية والقانونية التي تواجههم أثناء تغطية الانتخابات



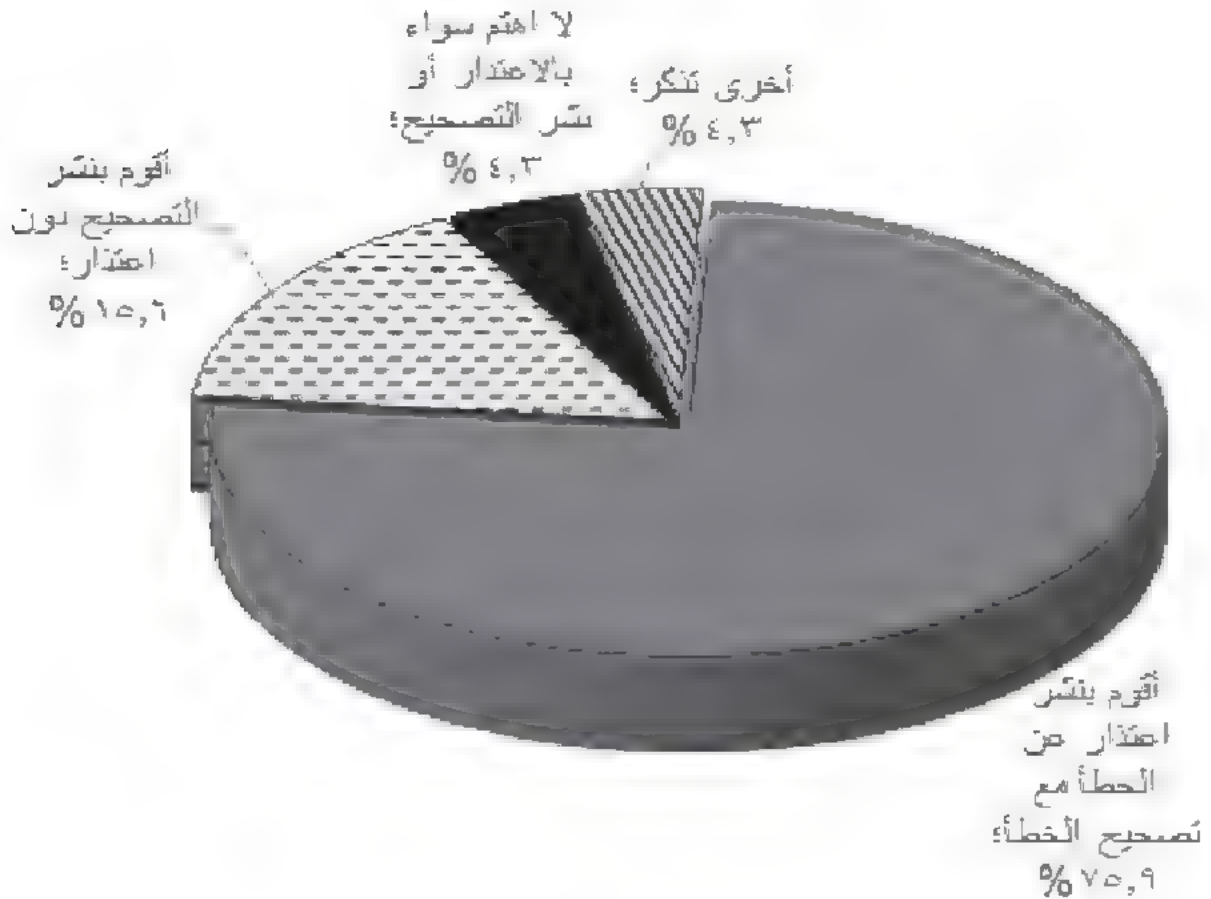
٣- سبل مواجهة الإعلاميين للمشكلات المهنية أثناء التغطية الإعلامية للانتخابات:

توصلت الدراسة الميدانية إلى أن أغلب الإعلاميين (١٠٧ مبحوثًا من إجمالي ١٤١ مبحوثًا، بنسبة ٧٥,٩%) يقومون بنشر اعتذار عن الخطأ مع تصحيحه، يليه بفارق نسبي كبير نشر التصحيح دون اعتذار (٢٢ مبحوثًا من إجمالي ١٤١ مبحوثًا، بنسبة ١٥,٦%)، ونسبة ضئيلة جدًا ٤,٣% من الإعلاميين عينة الدراسة لا يهتمون سواء بالاعتذار أو نشر التصحيح^(١)، كما يتضح من بيانات الشكل التالي:

١- حق الرد والتصحيح: بمعنى أنه كما يملك الصحفي أو الإعلامي حق كتابة الخبر أو الرأي أو تناول موضوع ما فإن من يسهم بما يُنشر لهم حق التصحيح والتوضيح. انظر: هويدا مصطفى وآخرون، الإعلاميون والانتخابات: مدونة مهنية وأخلاقية، مرجع سابق، ص ٧٢.

(شكل رقم ٧)

سبل مواجهة الإعلاميين للمشكلات المهنية التي تواجههم أثناء تغطية الانتخابات



وقد كشفت الدراسة الميدانية عن أن العاملين في الراديو (٨٥,٧%) والعاملين في التلفزيون هم الأكثر من حيث القيام بنشر اعتذار عن الخطأ مع تصحيح الخطأ، وفيما يتعلق بنمط الملكية تبين أن العاملين في الإعلام الخاص (٧٩,١%) والعاملين في الإعلام الحكومي (٧٦,٢%) هم الأكثر اعتذاراً عن الخطأ والقيام بنشر تصحيح له، وبشكل أقل العاملين في الإعلام الحزبي (٥٤,٤%).

٤- أبرز الأخطاء والانتهاكات التي يقع فيها الإعلاميون أثناء تغطية الانتخابات:

تبين من الدراسة الميدانية أن نحو نصف الإعلاميين عينة الدراسة يرون أن الخطأ الخاص بـ «محاولات التأثير على اتجاهات الرأي العام من خلال بحوث واستطلاعات الرأي العام، التنبؤ والقفز على النتائج» يُعد من أبرز الأخطاء والانتهاكات التي يقع فيها الإعلاميون ووسائل الإعلام أثناء تغطية الانتخابات^(١)، يليه في المرتبة الثانية بنسبة ٤١,٧% من المبحوثين يرون أن «تركيز التغطية الإعلامية على الإثارة أكثر من تركيزها على شرح البرامج الانتخابية للأحزاب» من أهم الانتهاكات التي يقع فيها بعض الإعلاميين أثناء

١ استطلاعات الرأي العام: إن سوء استخدام نتائج استطلاعات الرأي لمصلحة بعض المرشحين من خلال وسائل الإعلام يحمل تأثيراً على الناخبين لمصلحة هؤلاء المرشحين. انظر: هويدا مصطفى وآخرون، الإعلاميون والانتخابات: مدونة مهنية وأخلاقية، مرجع سابق، ص ٨٩. وللمزيد حول إشكالية استطلاعات الرأي والمراكز التي تقوم بها يمكن الرجوع إلى: هشام عطية عبد المقصود، صحف وصناديق: توجيه سلوك التصويت وتشكيل معارف الجمهور، القاهرة: العربي للنشر والتوزيع، ٢٠١٤م، ص ٨١-١٠٠.

يضع هشام عطية مجموعة من التوصيات الخاصة باستطلاعات الرأي وآليات عملها: «إنشاء مصفوفة علمية للضبط المنهجي لقياسات الرأي العام في مصر، تكون بمثابة كود علمي وبحثي يمنح شفافية ومصادقية لعمليات تصميم وتطبيق استطلاعات الرأي العام، متضمنة إعلاناً واضحاً لمعايير وشروط اختيار العينات وقواعد التعامل الإحصائي مع البيانات.

إطلاق ميثاق شرف أخلاقي لممارسات استطلاعات الرأي العام في مصر يحدد أخلاقيات التعامل مع الجمهور في الاستطلاعات، وشروط توظيف الباحثين الميدانيين، تكون بمثابة محدد جودة أداء، وتتضمن ضوابط خاصة بمحتوى وطريقة إعلان نتائج الاستطلاعات.

رصد الإشكاليات التي تقلل من مصداقية وتطور وحدات استطلاعات الرأي العام ووضع خطط للتعامل معها والتغلب عليها.

التوسع في إتاحة المجال لجمعيات وهيئات مدنية ومنظمات علمية وجامعية متخصصة لمتابعة ومناقشة نتائج الاستطلاعات من خلال جلسات خبراء وكشف مدى شفافتها للرأي العام. وضع ضوابط بحثية وإجرائية وأخلاقية لإجراء وتطبيق ما يسمى باستطلاعات الرأي في المواقع والصحف المختلفة.

إنشاء رابطة لمراكز ووحدات استطلاعات الرأي العام في مصر تمنحها نوعاً من التكامل فيما بينها، وتتيح لها معرفة مبادرات استطلاعات الرأي العام التي تقوم بها وتبادل تقارير النتائج الموجهة، تلافياً لتكرار الجهود، فضلاً عن عقد ندوات ومؤتمرات لمناقشة الإشكاليات والتحديات التي تواجهها».

انظر: هشام عطية عبد المقصود، صحف وصناديق: توجيه سلوك التصويت وتشكيل معارف الجمهور، القاهرة: العربي للنشر والتوزيع، ٢٠١٤م، ص ٩٩-١٠٠.

تغطيتهم للانتخابات، يليه بفارق طفيف «عدم فهم البعض لمحددات وملامح البيئة القانونية والسياسية الخاصة بالانتخابات» (٤١,١٪)، ثم «عدم احترام الصمت الانتخابي والتحايل عليه بشتى الطرق» (٤٠٪)، وبنسب منخفضة جاء كل من «استخدام المرأة كوسيلة لكسب الدعم أو مهاجمة تيارات سياسية» (٢١,١٪)، و«استحضار البعد الطائفي في العملية الانتخابية» (٢٠,٦٪)^(١)، وهو ما توضحه بيانات الشكل التالي:

(شكل رقم ٨)

أبرز الأخطاء والانتهاكات التي يقع فيها الإعلاميون أثناء تغطية الانتخابات^(٢)



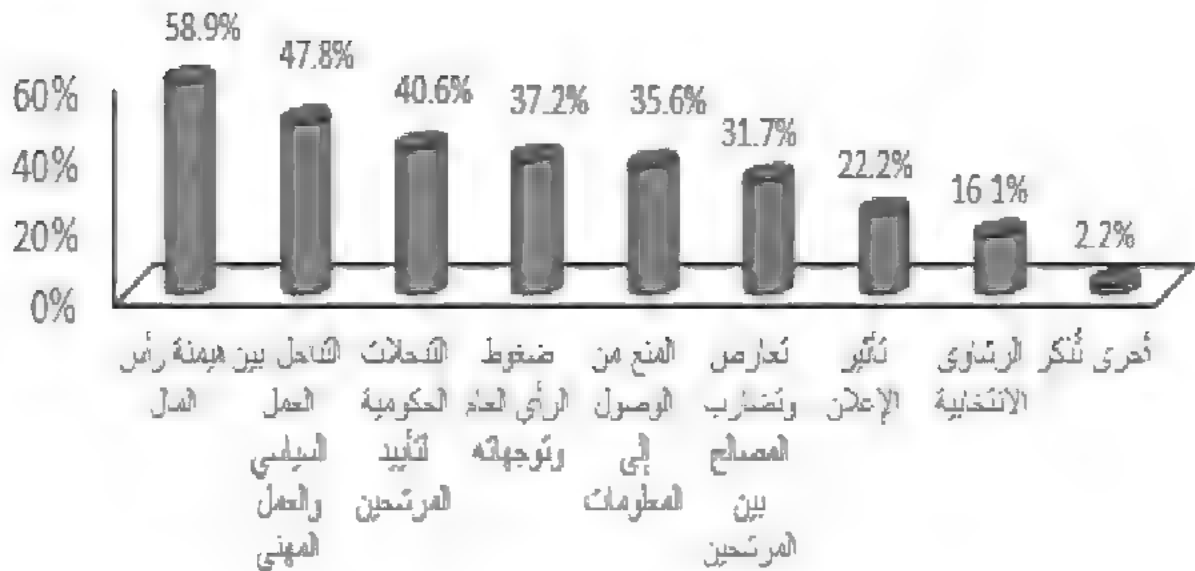
- ١ - من المفترض أن تلتزم وسائل الإعلام بعدم المساس بالأديان واستغلالها، من حيث عدم التحيز أو الانحياز مع أو ضد أحد الأديان واستغلال شعارات دينية للتأثير على الناخبين لمصلحة مرشح معين أو حزب سياسي أو فصيل سياسي. انظر: هويدا مصطفى وآخرون، الإعلاميون والانتخابات: مدونة مهنية وأخلاقية، الطبعة الثانية، القاهرة: مؤسسة الأهرام بالتعاون مع مؤسسة فريدريش ناومان من أجل الحرية، ٢٠١١م، ص ٨٢.
- ٢ - أخرى تذكر: التحيز الواضح من الإعلاميين لوجهات نظرهم الشخصية، ودعم مرشح على حساب مرشح آخر، وميل بعض الإعلاميين لمرشح بعينه.

٥- أبرز الضغوط التي يتعرض لها الإعلاميون أثناء تغطية الانتخابات:

تبين من الدراسة الميدانية أن نحو ٥٨,٩% من المبحوثين يرون أن «هيمنة رأس المال وتدخل التمويل في توجه وسائل الإعلام لدعم أو انتقاد تيارات سياسية معينة» من أبرز الضغوط التي يتعرض لها الإعلاميون أثناء تغطيتهم للانتخابات، وفي المرتبة الثانية يأتي «التدخل بين العمل السياسي والعمل المهني» (٤٧,٨%)، يليه بفارق طفيف في المرتبة الثالثة «التدخلات الحكومية لتأييد مرشحين موالين للحكم» (٤٠,٦%)، بينما يرى ٣٧,٢% من المبحوثين أن «ضغوط الرأي العام وتوجهاته» يأتي في المرتبة الرابعة، يليه بفارق طفيف «المنع من الوصول إلى المعلومات» (٣٥,٦%)، ثم «تعارض وتضارب المصالح بين المرشحين أو القوى السياسية» (٣١,٧%)، وينسب منخفضاً جاء كل من «تأثير الإعلان» (٢٢,٢%)، و «الرشاوى الانتخابية» (١٦,١%)، وهو ما توضحه بيانات الشكل التالي:

(شكل رقم ٩)

أبرز الضغوط التي يتعرض لها الإعلاميون أثناء تغطية الانتخابات



المحور الثالث: موقف الإعلاميين من التغطية الإعلامية للانتخابات:

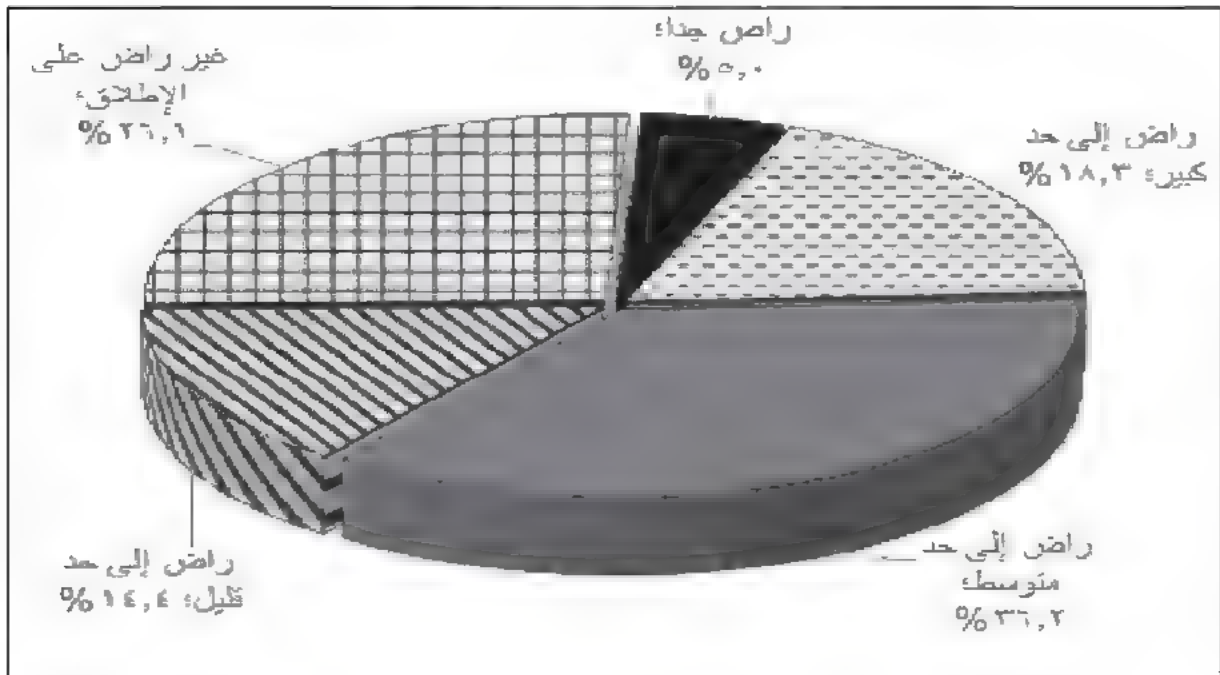
هدفت الدراسة الميدانية التعرف على مدى رضا الإعلاميين عن تغطية وسائل الإعلام للانتخابات، وأسباب رضائهم أو عدم رضائهم عن أداء وسائل الإعلام، بالإضافة إلى توقعات الإعلاميين بمدى اختلاف تغطية وسائل الإعلام للانتخابات القادمة، وكذلك أبرز الأخطاء والانتهاكات التي يقع فيها الإعلاميون وأبرز الضغوط التي يتعرضون لها أثناء تغطية الانتخابات.

١- رضا الإعلاميين عن أداء وسائل الإعلام في التغطية الإعلامية للانتخابات:

خلصت الدراسة الميدانية إلى أن معدل رضا الإعلاميين عن تغطية وسائل الإعلام كان متوسطاً (م = ٢,٦٢، وزن نسبي = ٥٢,٤٪)، حيث تبين أن ٣٦,١٪ من الإعلاميين راضون بشكل متوسط عن أداء وسائل الإعلام، يليهم ٢٦,١٪ من الإعلاميين غير راضين على الإطلاق، كما يتضح من بيانات الشكل التالي:

(شكل رقم ١٠)

مدى رضا الإعلاميين عن التغطية الإعلامية للانتخابات



كما اتضح من الدراسة أن نوع الوسيلة لا يؤثر على درجة رضا الإعلامي عن تغطية وسائل الإعلام للانتخابات السابقة، حيث تبين أن قيمة كا^(١) غير دالة إحصائيًا، بينما تبين أن نمط ملكية الوسيلة قد أثر على درجة رضا الإعلامي عن أداء وسائل الإعلام في تغطية الانتخابات السابقة، فقد كشف اختبار كا^(٢) عن وجود علاقة إيجابية ضعيفة بين نمط ملكية الوسيلة ومدى رضا الإعلاميين عن أداء وسائل الإعلام، حيث تبين أن الإعلاميين العاملين بالصحف الحزبية هم الأقل رضا عن تغطية وسائل الإعلام أثناء الانتخابات (م = ١,٩٣، وزن نسبي = ٣٨,٦٪)، وقد يرجع ذلك إلى الجمود حول أفكار الحزب وأيديولوجيته، بينما كان الإعلاميون العاملون في وسائل الإعلام الحكومية هم الأكثر رضا عن أداء وسائل الإعلام (م = ٢,٩، وزن نسبي = ٥٨٪).

١- كا = ١٤,٨٨، د.ج = ١٢، ر = ٠,٢٧٦، الدلالة الإحصائية = ٠,٢٤٨.

٢- كا = ١٥,١١، د.ج = ٨، ر = ٠,٢٧٨، الدلالة الإحصائية = ٠,٠٥٧.

(جدول رقم ٩)

مدى رضا الإعلاميين عن التغطية الإعلامية للانتخابات حسب نوع الوسيلة ومط ملكيتها

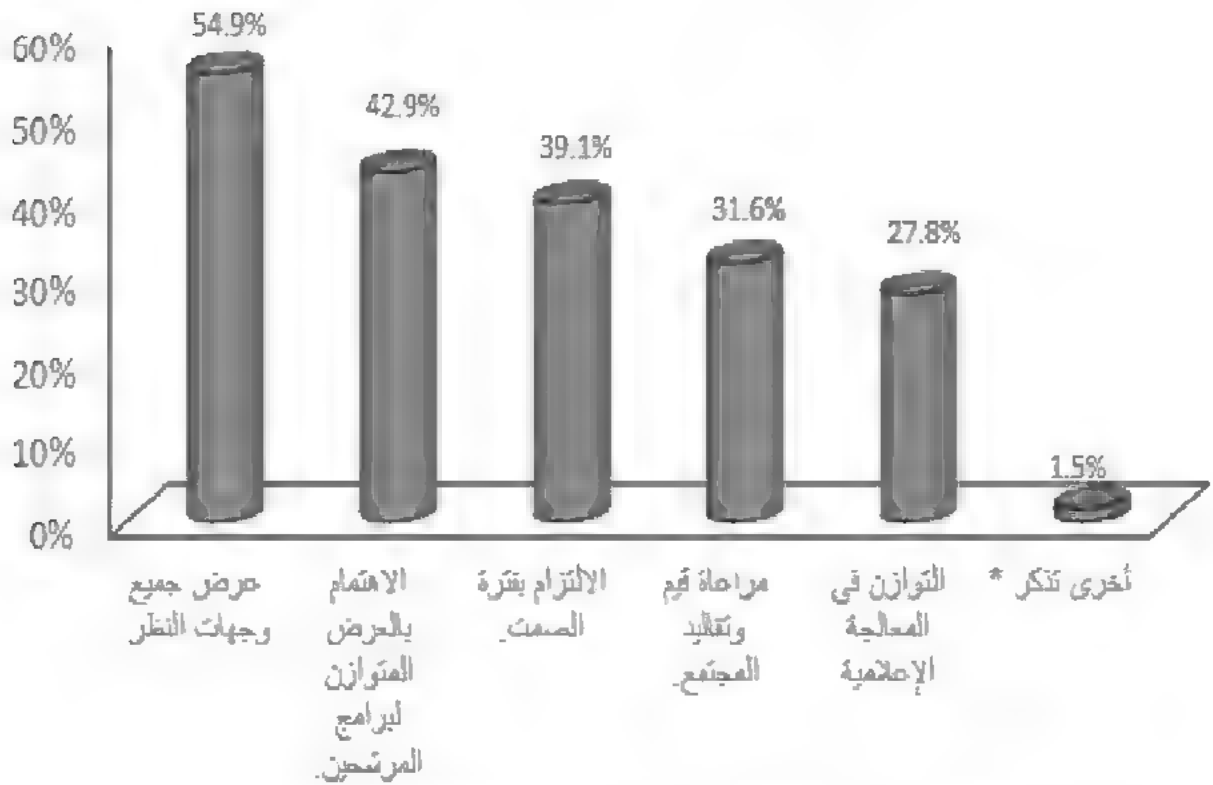
غير راض على الإطلاق	ك		راض إلى حد قليل	ك		راض إلى حد متوسط	ك		راض إلى حد كبير	ك		راض جدًا	ك		الإعلام	مدى الرضا عن أداء وسائل
	%	ك		%	ك		%	ك		%	ك		%	ك		
	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠
	٣٤	٥١	٨٨	٦٦	٥٥	٦١	١٣	٥٥	٦٥	٣٥	٣٥	٦١	٨١	٦١	٦١	٦١
	٥,٢١	٤٠	٣٣,٣	٣٨,٣	٦١	٣١,٤	٢٢,٠	٣٨	١٤,٣	٧٨,٨	٨,٣١	٣٣,٣	٣٦,٨	٣٣,٣	٣٦,٨	٣٦,٨
	٣	٦	٧١	٣	٥	٦	٧	٨	٥١	١	٥١	١	٣	١	٣	٥
	٣	٦	٧١	٣	٥	٦	٧	٨	٥١	١	٥١	١	٣	١	٣	٥
	٨,٦١	٣٦,٨	٢٢,٢	٣١,٤	٧	٣,٦	٣,٨	١١	٦,٩	٣,٦	٣,٦	٣,٦	٣,٦	٣,٦	٣,٦	٣,٦
	٣	٣	٦	٣١	٤	١	٣	٣	٢	٥	١	٣	١	٣	١	٣
	٨,٦١	٣٦,٨	٢٢,٢	٣١,٤	٧	٣,٦	٣,٨	١١	٦,٩	٣,٦	٣,٦	٣,٦	٣,٦	٣,٦	٣,٦	٣,٦
	٨,١٣	٣,٣٨	٣,٣٨	٣,٦,٤	٦,٤	٧,٤٣	٩,٥	٧,٨	٣,٨,٨	٦,٨,٨	٣,٨,٨	٦,٨,٨	٣,٨,٨	٦,٨,٨	٣,٨,٨	٣,٨,٨
	١٠	٥	٦	٣٤	٦	٨	٦١	٨	١١	٧١	٣	٣	٣	٣	٣	٨
	٨,١٣	٣,٣٨	٣,٣٨	٣,٦,٤	٦,٤	٧,٤٣	٩,٥	٧,٨	٣,٨,٨	٦,٨,٨	٣,٨,٨	٦,٨,٨	٣,٨,٨	٦,٨,٨	٣,٨,٨	٣,٨,٨
	١٠	٥	٦	٣٤	٦	٨	٦١	٨	١١	٧١	٣	٣	٣	٣	٣	٨
	٨,١٣	٣,٣٨	٣,٣٨	٣,٦,٤	٦,٤	٧,٤٣	٩,٥	٧,٨	٣,٨,٨	٦,٨,٨	٣,٨,٨	٦,٨,٨	٣,٨,٨	٦,٨,٨	٣,٨,٨	٣,٨,٨
	١٠	٥	٦	٣٤	٦	٨	٦١	٨	١١	٧١	٣	٣	٣	٣	٣	٨
	٨,١٣	٣,٣٨	٣,٣٨	٣,٦,٤	٦,٤	٧,٤٣	٩,٥	٧,٨	٣,٨,٨	٦,٨,٨	٣,٨,٨	٦,٨,٨	٣,٨,٨	٦,٨,٨	٣,٨,٨	٣,٨,٨
	١٠	٥	٦	٣٤	٦	٨	٦١	٨	١١	٧١	٣	٣	٣	٣	٣	٨
	٨,١٣	٣,٣٨	٣,٣٨	٣,٦,٤	٦,٤	٧,٤٣	٩,٥	٧,٨	٣,٨,٨	٦,٨,٨	٣,٨,٨	٦,٨,٨	٣,٨,٨	٦,٨,٨	٣,٨,٨	٣,٨,٨
	١٠	٥	٦	٣٤	٦	٨	٦١	٨	١١	٧١	٣	٣	٣	٣	٣	٨
	٨,١٣	٣,٣٨	٣,٣٨	٣,٦,٤	٦,٤	٧,٤٣	٩,٥	٧,٨	٣,٨,٨	٦,٨,٨	٣,٨,٨	٦,٨,٨	٣,٨,٨	٦,٨,٨	٣,٨,٨	٣,٨,٨
	١٠	٥	٦	٣٤	٦	٨	٦١	٨	١١	٧١	٣	٣	٣	٣	٣	٨
	٨,١٣	٣,٣٨	٣,٣٨	٣,٦,٤	٦,٤	٧,٤٣	٩,٥	٧,٨	٣,٨,٨	٦,٨,٨	٣,٨,٨	٦,٨,٨	٣,٨,٨	٦,٨,٨	٣,٨,٨	٣,٨,٨
	١٠	٥	٦	٣٤	٦	٨	٦١	٨	١١	٧١	٣	٣	٣	٣	٣	٨
	٨,١٣	٣,٣٨	٣,٣٨	٣,٦,٤	٦,٤	٧,٤٣	٩,٥	٧,٨	٣,٨,٨	٦,٨,٨	٣,٨,٨	٦,٨,٨	٣,٨,٨	٦,٨,٨	٣,٨,٨	٣,٨,٨
	١٠	٥	٦	٣٤	٦	٨	٦١	٨	١١	٧١	٣	٣	٣	٣	٣	٨
	٨,١٣	٣,٣٨	٣,٣٨	٣,٦,٤	٦,٤	٧,٤٣	٩,٥	٧,٨	٣,٨,٨	٦,٨,٨	٣,٨,٨	٦,٨,٨	٣,٨,٨	٦,٨,٨	٣,٨,٨	٣,٨,٨
	١٠	٥	٦	٣٤	٦	٨	٦١	٨	١١	٧١	٣	٣	٣	٣	٣	٨
	٨,١٣	٣,٣٨	٣,٣٨	٣,٦,٤	٦,٤	٧,٤٣	٩,٥	٧,٨	٣,٨,٨	٦,٨,٨	٣,٨,٨	٦,٨,٨	٣,٨,٨	٦,٨,٨	٣,٨,٨	٣,٨,٨
	١٠	٥	٦	٣٤	٦	٨	٦١	٨	١١	٧١	٣	٣	٣	٣	٣	٨
	٨,١٣	٣,٣٨	٣,٣٨	٣,٦,٤	٦,٤	٧,٤٣	٩,٥	٧,٨	٣,٨,٨	٦,٨,٨	٣,٨,٨	٦,٨,٨	٣,٨,٨	٦,٨,٨	٣,٨,٨	٣,٨,٨
	١٠	٥	٦	٣٤	٦	٨	٦١	٨	١١	٧١	٣	٣	٣	٣	٣	٨
	٨,١٣	٣,٣٨	٣,٣٨	٣,٦,٤	٦,٤	٧,٤٣	٩,٥	٧,٨	٣,٨,٨	٦,٨,٨	٣,٨,٨	٦,٨,٨	٣,٨,٨	٦,٨,٨	٣,٨,٨	٣,٨,٨
	١٠	٥	٦	٣٤	٦	٨	٦١	٨	١١	٧١	٣	٣	٣	٣	٣	٨
	٨,١٣	٣,٣٨	٣,٣٨	٣,٦,٤	٦,٤	٧,٤٣	٩,٥	٧,٨	٣,٨,٨	٦,٨,٨	٣,٨,٨	٦,٨,٨	٣,٨,٨	٦,٨,٨	٣,٨,٨	٣,٨,٨
	١٠	٥	٦	٣٤	٦	٨	٦١	٨	١١	٧١	٣	٣	٣	٣	٣	٨
	٨,١٣	٣,٣٨	٣,٣٨	٣,٦,٤	٦,٤	٧,٤٣	٩,٥	٧,٨	٣,٨,٨	٦,٨,٨	٣,٨,٨	٦,٨,٨	٣,٨,٨	٦,٨,٨	٣,٨,٨	٣,٨,٨
	١٠	٥	٦	٣٤	٦	٨	٦١	٨	١١	٧١	٣	٣	٣	٣	٣	٨
	٨,١٣	٣,٣٨	٣,٣٨	٣,٦,٤	٦,٤	٧,٤٣	٩,٥	٧,٨	٣,٨,٨	٦,٨,٨	٣,٨,٨	٦,٨,٨	٣,٨,٨	٦,٨,٨	٣,٨,٨	٣,٨,٨
	١٠	٥	٦	٣٤	٦	٨	٦١	٨	١١	٧١	٣	٣	٣	٣	٣	٨
	٨,١٣	٣,٣٨	٣,٣٨	٣,٦,٤	٦,٤	٧,٤٣	٩,٥	٧,٨	٣,٨,٨	٦,٨,٨	٣,٨,٨	٦,٨,٨	٣,٨,٨	٦,٨,٨	٣,٨,٨	٣,٨,٨
	١٠	٥	٦	٣٤	٦	٨	٦١	٨	١١	٧١	٣	٣	٣	٣	٣	٨
	٨,١٣	٣,٣٨	٣,٣٨	٣,٦,٤	٦,٤	٧,٤٣	٩,٥	٧,٨	٣,٨,٨	٦,٨,٨	٣,٨,٨	٦,٨,٨	٣,٨,٨	٦,٨,٨	٣,٨,٨	٣,٨,٨
	١٠	٥	٦	٣٤	٦	٨	٦١	٨	١١	٧١	٣	٣	٣	٣	٣	٨
	٨,١٣	٣,٣٨	٣,٣٨	٣,٦,٤	٦,٤	٧,٤٣	٩,٥	٧,٨	٣,٨,٨	٦,٨,٨	٣,٨,٨	٦,٨,٨	٣,٨,٨	٦,٨,٨	٣,٨,٨	٣,٨,٨
	١٠	٥	٦	٣٤	٦	٨	٦١	٨	١١	٧١	٣	٣	٣	٣	٣	٨
	٨,١٣	٣,٣٨	٣,٣٨	٣,٦,٤	٦,٤	٧,٤٣	٩,٥	٧,٨	٣,٨,٨	٦,٨,٨	٣,٨,٨	٦,٨,٨	٣,٨,٨	٦,٨,٨	٣,٨,٨	٣,٨,٨
	١٠	٥	٦	٣٤	٦	٨	٦١	٨	١١	٧١	٣	٣	٣	٣	٣	٨
	٨,١٣	٣,٣٨	٣,٣٨	٣,٦,٤	٦,٤	٧,٤٣	٩,٥	٧,٨	٣,٨,٨	٦,٨,٨	٣,٨,٨	٦,٨,٨	٣,٨,٨	٦,٨,٨	٣,٨,٨	٣,٨,٨
	١٠	٥	٦	٣٤	٦	٨	٦١	٨	١١	٧١	٣	٣	٣	٣	٣	٨
	٨,١٣	٣,٣٨	٣,٣٨	٣,٦,٤	٦,٤	٧,٤٣	٩,٥	٧,٨	٣,٨,٨	٦,٨,٨	٣,٨,٨	٦,٨,٨	٣,٨,٨	٦,٨,٨	٣,٨,٨	٣,٨,٨
	١٠	٥	٦	٣٤	٦	٨	٦١	٨	١١	٧١	٣	٣	٣	٣	٣	٨
	٨,١٣	٣,٣٨	٣,٣٨	٣,٦,٤	٦,٤	٧,٤٣	٩,٥	٧,٨	٣,٨,٨	٦,٨,٨	٣,٨,٨	٦,٨,٨	٣,٨,٨	٦,٨,٨	٣,٨,٨	٣,٨,٨
	١٠	٥	٦	٣٤	٦	٨	٦١	٨	١١	٧١	٣	٣	٣	٣	٣	٨
	٨,١٣	٣,٣٨	٣,٣٨	٣,٦,٤	٦,٤	٧,٤٣	٩,٥	٧,٨	٣,٨,٨	٦,٨,٨	٣,٨,٨	٦,٨,٨	٣,٨,٨	٦,٨,٨	٣,٨,٨	٣,٨,٨
	١٠	٥	٦	٣٤	٦	٨	٦١	٨	١١	٧١	٣	٣	٣	٣	٣	٨
	٨,١٣	٣,٣٨	٣,٣٨	٣,٦,٤	٦,٤	٧,٤٣	٩,٥	٧,٨	٣,٨,٨	٦,٨,٨	٣,٨,٨	٦,٨,٨	٣,٨,٨	٦,٨,٨	٣,٨,٨	٣,٨,٨
	١٠	٥	٦	٣٤	٦	٨	٦١	٨	١١	٧١	٣	٣	٣	٣	٣	٨
	٨,١٣	٣,٣٨	٣,٣٨	٣,٦,٤	٦,٤	٧,٤٣	٩,٥	٧,٨	٣,٨,٨	٦,٨,٨	٣,٨,٨	٦,٨,٨	٣,٨,٨	٦,٨,٨	٣,٨,٨	٣,٨,٨
	١٠	٥	٦	٣٤	٦	٨	٦١	٨	١١	٧١	٣	٣	٣	٣	٣	٨
	٨,١٣	٣,٣٨	٣,٣٨	٣,٦,٤	٦,٤	٧,٤٣	٩,٥	٧,٨	٣,٨,٨	٦,٨,٨	٣,٨,٨	٦,٨,٨	٣,٨,٨	٦,٨,٨	٣,٨,٨	٣,٨,٨
	١٠	٥	٦	٣٤	٦	٨	٦١	٨	١١	٧١	٣	٣	٣	٣	٣	٨
	٨,١٣	٣,٣٨	٣,٣٨	٣,٦,٤	٦,٤	٧,٤٣	٩,٥	٧,٨	٣,٨,٨	٦,٨,٨	٣,٨,٨	٦,٨,٨	٣,٨,٨	٦,٨,٨	٣,٨,٨	٣,٨,٨
	١٠	٥	٦	٣٤	٦	٨	٦١	٨	١١	٧١	٣	٣	٣	٣	٣	٨
	٨,١٣	٣,٣٨	٣,٣٨	٣,٦,٤	٦,٤	٧,٤٣	٩,٥	٧,٨	٣,٨,٨	٦,٨,٨	٣,٨,٨	٦,٨,٨	٣,٨,٨	٦,٨,٨	٣,٨,٨	٣,٨,٨
	١٠	٥	٦	٣٤	٦	٨	٦١	٨	١١	٧١	٣	٣	٣	٣	٣	٨
	٨,١٣	٣,٣٨	٣,٣٨	٣,٦,٤	٦,٤	٧,٤٣	٩,٥	٧,٨	٣,٨,٨	٦,٨,٨	٣,٨,٨	٦,٨,٨	٣,٨,٨	٦,٨,٨	٣,٨,٨	٣,٨,٨
	١٠	٥	٦	٣٤	٦	٨	٦١	٨	١١	٧١	٣	٣	٣	٣	٣	٨
	٨,١٣	٣,٣٨	٣,٣٨	٣,٦,٤	٦,٤	٧,٤٣	٩,٥	٧,٨	٣,٨,٨	٦,٨,٨	٣,٨,٨	٦,٨,٨	٣,٨,٨	٦,٨,٨	٣,٨,٨	٣,٨,٨
	١٠	٥	٦	٣٤	٦	٨	٦١	٨	١١	٧١	٣	٣	٣	٣	٣	٨
	٨,١٣	٣,٣٨	٣,٣٨	٣,٦,٤	٦,٤	٧,٤٣	٩,٥	٧,٨	٣,٨,٨	٦,٨,٨	٣,٨,٨	٦,٨,٨	٣,٨,٨	٦,٨,٨	٣,٨,٨	٣,٨,٨
	١٠	٥	٦	٣٤	٦	٨	٦١	٨	١١	٧١	٣	٣	٣	٣	٣	٨
	٨,١٣	٣,٣٨	٣,٣٨	٣,٦,٤	٦,٤	٧,٤٣	٩,٥	٧,٨	٣,٨,٨	٦,٨,٨	٣,٨,٨	٦,٨,٨	٣,٨,٨	٦,٨,٨	٣,٨,٨	٣,٨,٨
	١٠	٥	٦	٣٤	٦	٨	٦١	٨	١١	٧١	٣	٣	٣	٣	٣	٨
	٨,١٣	٣,٣٨	٣,٣٨	٣,٦,٤	٦,٤	٧,٤٣	٩,٥	٧,٨	٣,٨,٨	٦,٨,٨	٣,٨,٨	٦,٨,٨	٣,٨,٨	٦,٨,٨	٣,٨,٨	٣,٨,٨
	١٠	٥	٦	٣٤	٦	٨	٦١	٨	١١	٧١	٣	٣	٣	٣	٣	

٢- أسباب رضا الإعلاميين عن تغطية وسائل الإعلام للانتخابات السابقة:

توصلت الدراسة الميدانية إلى أن ١٣٣ مبحوثًا من عينة الدراسة راضون بشكل عام عن أداء وسائل الإعلام، وكان من أهم أسباب رضائهم عن أداء وسائل الإعلام «عرض جميع وجهات النظر»، يليه «الاهتمام بالعرض المتوازن لبرامج المرشحين»، و«الالتزام بفترة الصمت الانتخابي»^(١)، وهو ما توضحه بيانات الشكل التالي:

(شكل رقم ١١)

أسباب رضا الإعلاميين عن تغطية وسائل الإعلام للانتخابات السابقة^(٢) *



١- فترة الصمت أو التمسك: من حيث الالتزام باحترام حق الناخبين في التفكير، وتشمل هذه الفترة: ما بين الإعلان عن فتح باب الترشيح وحتى تاريخ بدء الحملة الانتخابية، قبل يوم الاقتراع بعدد من الأيام تحددها قوانين كل دولة بالإضافة إلى يوم الاقتراع ذاته. انظر: هويدا مصطفى وآخرون، الإعلاميون والانتخابات: مدونة مهنية وأخلاقية، مرجع سابق، ص ٩٤.

*- أخرى تذكر لأسباب رضا الإعلاميين عن تغطية وسائل الإعلام للانتخابات السابقة: رفض ذكر أسباب لرضائهم عن الأداء الإعلامي في الانتخابات.

٣- أسباب عدم رضا الإعلاميين عن تغطية وسائل للانتخابات السابقة.

توصلت الدراسة الميدانية إلى أن ٤٧ مبحوثًا من عينة الدراسة غير راضين على الإطلاق عن أداء وسائل الإعلام، وكان من أهم أسباب عدم رضائهم عن أداء وسائل الإعلام: «التركيز على جانب وإغفال جوانب أخرى»، يليه «سطحية المعالجة الإعلامية»، وأنها «تهتم بتقديم المواد المثيرة»، وهو ما توضحه بيانات الشكل التالي:

(شكل رقم ١٢)

أسباب عدم رضا الإعلاميين عن تغطية وسائل الإعلام للانتخابات السابقة^(١)*



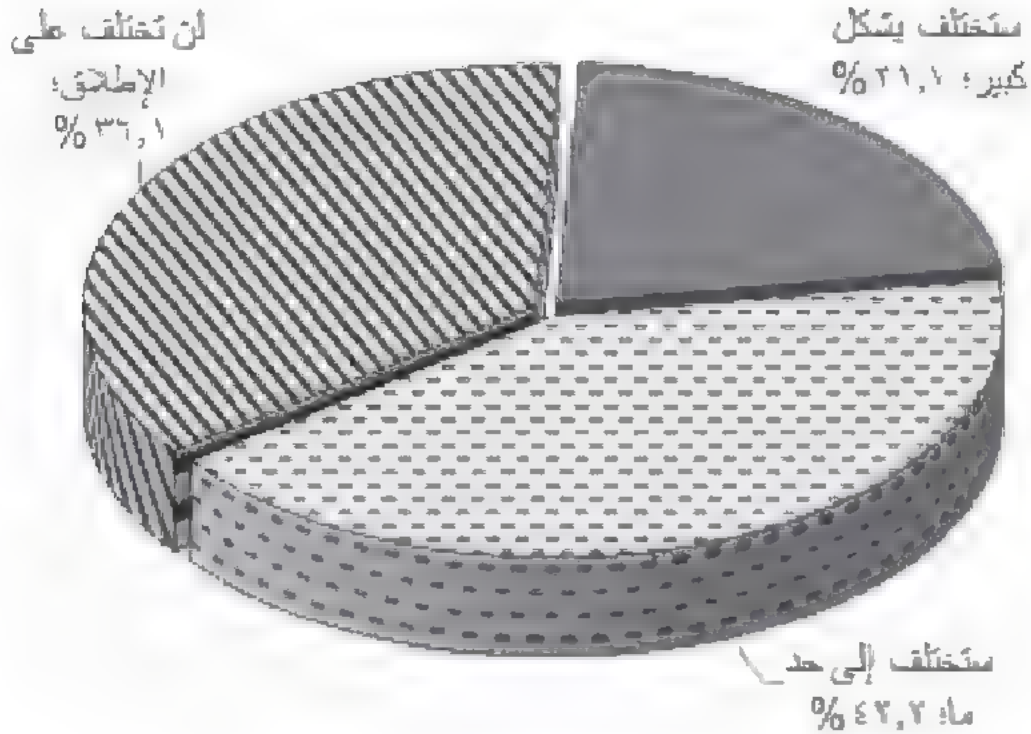
* - أخرى تذكر لأسباب عدم رضا الإعلاميين عن تغطية وسائل الإعلام للانتخابات السابقة: يرى أربعة من المبحوثين عدم حياديتها من خلال دعم مرشح بعينه أو تصوير أحد الجانبين كشيطان، ويرى مبحوث واحد فقط أنه من أسباب عدم رضائه عن التغطية الإعلامية للانتخابات السابقة: غياب المهنية والموضوعية.

٤- مدى اختلاف تغطية وسائل الإعلام للانتخابات القادمة من وجهة نظر الإعلاميين:

تبين من الدراسة الميدانية أن ٢١,٧% من الإعلاميين يتوقعون اختلاف تغطية وسائل الإعلام للانتخابات القادمة بشكل كبير (٣٩ مبحوثًا من إجمالي ١٨٠ مبحوثًا)، و٤٢,٢% من الإعلاميين يتوقعون اختلافها إلى حد ما (٧٦ مبحوثًا من إجمالي ١٨٠ مبحوثًا)، بينما يتوقع ٣٦,١% من الإعلاميين أنها لن تختلف على الإطلاق (٦٥ مبحوثًا من إجمالي ١٨٠ مبحوثًا)، وهو ما توضحه بيانات الشكل التالي:

(شكل رقم ١٣)

مدى اختلاف تغطية وسائل الإعلام للانتخابات القادمة من وجهة نظر الإعلاميين



وبالكشف عن العلاقة بين نوع الوسيلة ومدى توقع الإعلاميين لحدوث اختلافات في تغطية وسائل الإعلام للانتخابات القادمة تبين أن قيمة كا^(١) دالة إحصائيًا، حيث تبين أن الإعلاميين العاملين في الراديو (٣٩٪) هم الأكثر توقعًا باختلاف التغطية بشكل كبير، بينما يتوقع العاملون في الصحف (٥٠٪) والتلفزيون (٤٦,٣٪) أن التغطية ستختلف إلى حد ما، إلا أنه لم يتبين أي تأثير لنمط الملكية على توقع الإعلاميين مدى ختلاف التغطية الإعلامية للانتخابات القادمة، حيث كانت قيمة كا^(٢) غير دالة إحصائيًا.

٥- أسباب اختلاف تغطية وسائل الإعلام للانتخابات القادمة من وجهة نظر الإعلاميين:

فيما يتعلق بأسباب توقع الإعلاميين اختلاف تغطية وسائل الإعلام للانتخابات القادمة، تبين أن «عدم الاستقرار والاستقطاب السياسي الحاد الذي يشهده المجتمع المصري» جاء في المرتبة الأولى (٣٧,٤٪) بالنسبة للأسباب التي يتوقع بسببها اختلاف تغطية وسائل الإعلام للانتخابات القادمة، يليه في المرتبة الثانية بنسبة ٢٠,٩٪ زيادة الوعي المجتمعي نتيجة لمرور المجتمع المصري بعدد من الاستحقاقات الانتخابية المتتالية، ثم في المرتبة الثالثة جاء «التزام وسائل الإعلام بالمعايير المهنية» بنسبة ١٤,٨٪، من أسباب توقع الإعلاميين لاختلاف التغطية الإعلامية في الانتخابات القادمة أيضًا: شدة المنافسة بين القنوات، وذلك بنسبة ١٠,٤٪، كما تبين أن ٣٤ مبحوثًا لم يحددوا أسباب هذا الاختلاف، وبيانات الجدول التالي توضح أسباب اختلاف تغطية وسائل الإعلام للانتخابات القادمة.

١- كا = ١٤,١١٨، د.ج = ٦، ر = ٠,٢٧، الدلالة الإحصائية = ٠,٠٢٨.

٢- كا = ٦,٦٧٤، د.ج = ٤، ر = ٠,١٨٩، الدلالة الإحصائية = ٠,١٥٤.

(جدول رقم ١٠)

أسباب اختلاف تغطية وسائل الإعلام

أسباب اختلاف تغطية وسائل الإعلام للانتخابات القادمة	ك	%
عدم الاستقرار والاستقطاب السياسي	٤٣	٣٧,٤
زيادة الوعي المجتمعي	٢٤	٢٠,٩
الالتزام بالمعايير المهنية	١٧	١٤,٨
شدة المنافسة بين وسائل الإعلام	١٢	١٠,٤
القدرات المادية والبشرية لوسائل الإعلام	٣	٢,٦
وجود رئيس قوي	٣	٢,٦
تغير النظام الانتخابي	١	٠,٩
لم يحدد سبب	٣٤	٢٩,٦
الإجمالي	١١٥	

٦- أسباب عدم اختلاف تغطية وسائل الإعلام للانتخابات القادمة من وجهة نظر الإعلاميين:

فيما يتعلق بأسباب عدم اختلاف تغطية وسائل الإعلام للانتخابات القادمة، تبين من إجابات المبحوثين أنه جاء في المرتبة الأولى توقع استمرار تحيز الإعلاميين لأحد المرشحين (٢٦,٢٪)، يليه بفارق بسيط في المرتبة الثانية «اتباع وسائل الإعلام لنفس الطرق التقليدية» (٢٠٪)، وجاء في المرتبة الثالثة «إرضاء السلطة أو الأجهزة الرقابية» (١٨,٥٪)، ثم في المرتبة الرابعة «استمرار نفس القيادات الإعلامية» (١٥,٤٪)، وتوضح بيانات الجدول التالي أسباب عدم اختلاف تغطية وسائل الإعلام للانتخابات القادمة.

(جدول رقم ١١)

أسباب عدم اختلاف تغطية وسائل الإعلام

أسباب عدم اختلاف التغطية	ك	%
التحيز	١٧	٢٦,٢
إتباع نفس الطرق التقليدية في التغطية	١٣	٢٠,٠
إرضاء السلطة / الرقابة	١٢	١٨,٥
استمرار نفس القيادات الإعلامية	١٠	١٥,٤
ثبات السياسة التحريرية	٩	١٣,٨
إعلاء المصلحة الشخصية للوسيلة	٦	٩,٢
السعي للإثارة	٤	٦,٢
تدخل رأس المال	٣	٤,٦
تأثر وسائل الإعلام بالإعلان	٢	٣,١
عدم تفعيل ميثاق الشرف	٢	٣,١
صعوبة تدفق المعلومات	٢	٣,١
عدم وجود إعلام واعي	١	١,٥
لم يحدد سبب	١٩	٢٩,٢
جملة من سئلو	٦٥	

المحور الرابع: موقف الإعلاميين من آليات ضبط الأداء المهني:

استهدفت الدراسة الميدانية التعرف على مدى التزام وسائل الإعلام بمواثيق الشرف الصحفي والإعلامي^(١)، وأسباب ضعف الالتزام بهذه المواثيق، بالإضافة إلى موقف الإعلاميين من وجود مدونة أخلاقية ومهنية لضبط الأداء الإعلامي أثناء الانتخابات، وتوقعهم لمدى اتفاق وسائل الإعلام على هذه المدونة.

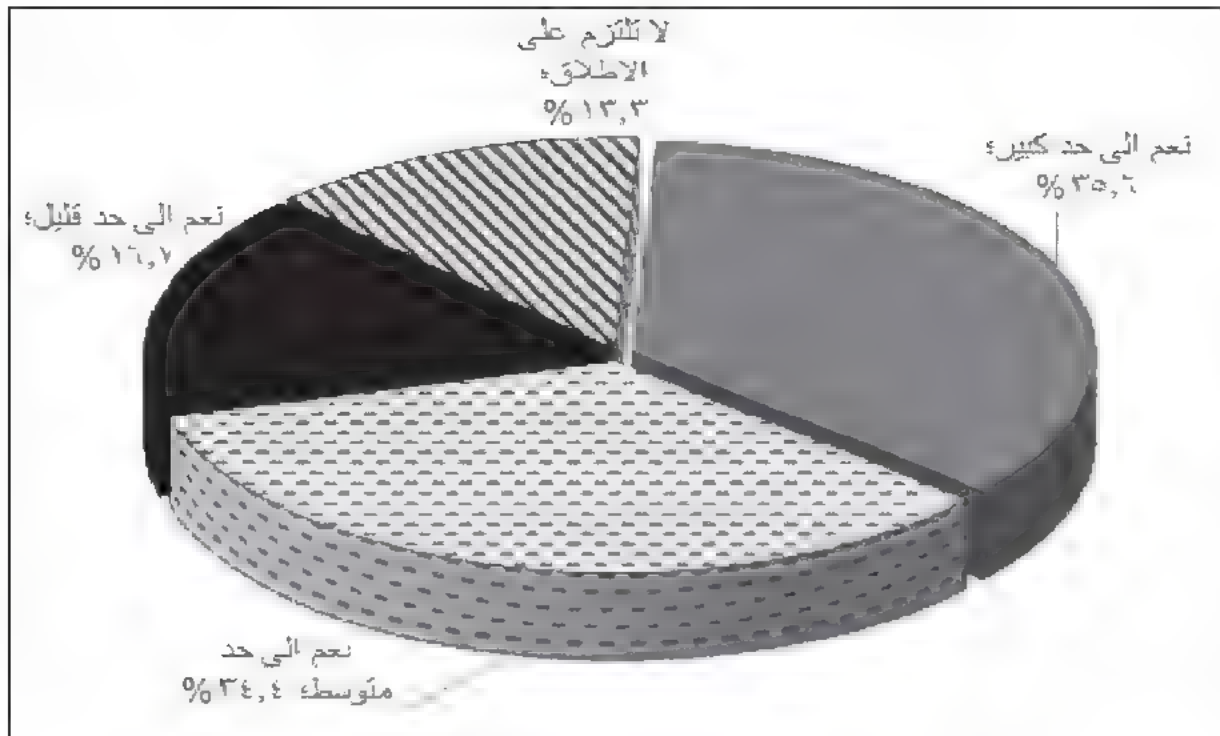
١- رغم أهمية مواثيق الشرف التي تضعها نقابات الصحفيين وجمعياتهم بل والصحف ووسائل الإعلام نفسها، إلا أنه يؤخذ عليها أنها تطمح إلى معايير مثالية من خلال تحديد بعض السلوكيات الأخلاقية التي يجب الالتزام الطوعي بها من جانب الإعلاميين في أدائهم المهني. كما أن تأثيرها يظل محدوداً لأن الصحفي أو الصحيفة التي لا تلتزم بها لا تتعرض إلى أي نوع من العقاب». في: حسني محمد نصر. قوانين وأخلاقيات العمل الإعلامي، الإمارات العربية المتحدة- العين، دار الكتاب الجامعي، ٢٠١٠م، ص ٢٩٣.

١-مدى التزام وسائل الإعلام بمواثيق الشرف الصحفية والإعلامية:

تبين من الدراسة الميدانية أن الإعلاميين عينة الدراسة يرون أن التزام وسائل الإعلام بمواثيق الشرف الصحفي والإعلامي بشكل عام متوسط (م=٢,٩٢، وزن نسبي= ٧٣٪) وارتفاع هذه النسبة قد يرجع إلى أن الإعلاميين يتحدثون عن أنفسهم فأغلبهم يؤكد على أن الوسيلة الإعلامية التي يعمل بها تحرص على الالتزام بمواثيق الشرف، حيث يرى ٣٥,٦٪ من المبحوثين أن وسائل الإعلام تلتزم بمواثيق الشرف الصحفية والإعلامية إلى حد كبير (٦٤ مبحوثًا من إجمالي ١٨٠ مبحوثًا)، ويرى ٣٤,٤٪ من المبحوثين أن وسائل الإعلام تلتزم إلى حد متوسط بهذه المواثيق (٦٢ مبحوثًا من إجمالي ١٨٠ مبحوثًا)، بينما يرى ٢٤ مبحوثًا فحسب أن وسائل الإعلام لا تلتزم على الإطلاق بمواثيق الشرف الصحفي والإعلامي، وهو ما توضحه بيانات الشكل التالي:

(شكل رقم ١٤)

مدى التزام وسائل الإعلام بمواثيق الشرف الصحفي والإعلامي من وجهة نظر عينة الدراسة



وقد كشف اختبار كا^(١١) عن وجود علاقة إيجابية ضعيفة بين نوع الوسيلة الإعلامية ومدى التزامها بمواثيق الشرف الصحفية الإعلامية من وجهة نظر الإعلاميين، حيث تبين أن الإعلاميين العاملين في وسائل الإعلام الإلكترونية هم الأقل اعتقاداً بأن وسائل الإعلام التي يعملون بها تلتزم بمواثيق الشرف الصحفي والإعلامي، يليهم الإعلاميون العاملون في القنوات التلفزيونية، بينما كان العاملون في الراديو هم الأكثر اعتقاداً بأن الراديو هو الأكثر التزاماً بمواثيق الشرف الصحفي والإعلامي، يليهم العاملون بالصحف، وهو ما توضحه بيانات الجدول رقم ١٢. كما تبين من اختبار كا^(١٢) وجود علاقة إيجابية ضعيفة بين نمط ملكية الوسيلة ومدى التزامها بمواثيق الشرف الصحفية والإعلاميين من وجهة نظر الإعلاميين، حيث تبين أن العاملين بوسائل الإعلام الحكومية هم الأكثر اعتقاداً بأن وسائل الإعلام التي يعملون بها هي الأكثر التزاماً بمواثيق الشرف الصحفي والإعلامي كما توضح بيانات الجدول التالي.

١- كا = ٢٢,٦٤، د.ج = ٩، ر = ٠,٣٣٤، الدلالة الإحصائية = ٠,٠٠٧.

٢- كا = ١٥,٠٤، د.ج = ٦، ر = ٠,٢٧٨، الدلالة الإحصائية = ٠,٠٢.

(جدول رقم ١٢)

مدى التزام وسائل الإعلام بمواثيق الشرف من وجهة نظر الإعلاميين حسب نوع ونفط ملكية الوسيلة التي يعملون بها

الإعلام الإلكتروني				التليفزيون				الراديو				الصحف				مدى التزام وسائل الإعلام بمواثيق الشرف
الإجمالي	خاص	حكومي	الإجمالي	خاص	حكومي	الإجمالي	خاص	حكومي	الإجمالي	خاص	حزبي	حكومي				
٣	١	٢	١٢	١	١١	٣٤	٦	١٨	٢٥	١٧	١	٧	ك	نعم إلى حد كبير		
١٥,٨	٨,٣	٢٨,٦	٢٢,٣	٣,٤	٣٣	٥٨,٥	٣٧,٥	٧٢	٣٧,٩	٦٣,٠	٦,٧	٢٩,٣	%			
٨	٧	١	٢٢	٣٤	٨	٥	٣	٢	٣٧	٧	١٠	١٠	ك	نعم إلى حد متوسط		
٤٢,١	٥٨,٣	١٤,٣	٤٠,٧	٤٨,٣	٣٢	١٢,٢	١٨,٨	٨	٤٠,٩	٢٥,٩	٦٦,٧	٤١,٧	%			
٤	٢	١	١٢	٩	٢	٧	٣	٤	٧	١	٣	٣	ك	نعم إلى حد قليل		
٢١,١	٢٥	١٤,٣	٢٢,٢	٣١,٠	١٢	١٧,١	١٨,٨	١٦	١٠,٦	٢,٧	٢٠	١٢,٥	%			
٤	١	٣	٨	٥	٢	٥	٣	١	٧	٢	١	٤	ك	لا تلتزم على الإطلاق		
٢١,١	٨,٣	٤٢,٩	١٤,٨	١٧,٢	١٢	١٢,٢	٢٥	٤	١٠,٦	٧,٤	٦,٧	١٦,٧	%			
١٩	١٢	٧	٥٤	٢٩	٢٥	٤١	١٦	٢٥	٦٦	٢٧	١٥	٣٤	ك	الإجمالي		
١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	%			

٢- أسباب ضعف الالتزام بميثاق الشرف الصحفي والإعلامي:

تبين من الدراسة الميدانية أن حوالي ٤٣,٩% من المبحوثين يرون أن كلاً من «عدم الوعي بميثاق الشرف» و «ضعف المهنية» من أسباب ضعف التزام الإعلاميين ووسائل الإعلام بميثاق الشرف الصحفي والإعلامي، وفي المرتبة الثانية بنسبة ٣٧,٨% «الرغبة في تحقيق الشهرة والانتشار والربح المادي»، ثم أخيراً بنسبة ٢٣,٣% يأتي «ضعف الثقافة القانونية»، كما لوحظ من النتائج أن ٢٣ مبحوثاً رفضوا تحديد أسباب ضعف الالتزام بميثاق الشرف الصحفية والإعلامية، وهو ما توضحه بيانات الشكل التالي:

(شكل رقم ١٥)

أسباب ضعف الالتزام بميثاق الشرف الصحفي والإعلامي



٣-موقف الإعلاميين من وجود مدونة أخلاقية ومهنية لضبط الأداء الإعلامي:

هدفت الدراسة الميدانية إلى التعرف على مدى موافقة الإعلاميين على ضرورة وجود مدونة أخلاقية ومهنية لضبط الأداء الإعلامي خلال تغطية الانتخابات، بالإضافة إلى مدى إمكانية اتفاق وسائل الإعلام على ضرورة وجود هذه المدونة من وجهة نظرهم. وقد تبين من الدراسة الميدانية أن ٨٥,٦% من المبحوثين (١٥٤ مبحوثًا من إجمالي ١٨٠ مبحوثًا) يوافقون على ضرورة وجود هذه المدونة بينما يرى ٢٦ إعلاميًا فقط عدم وجود ضرورة لمثل هذه المدونة.

وحول أسباب ضرورة وجود مدونة أخلاقية ومهنية لضبط الأداء أثناء الانتخابات تبين أنه جاء في المرتبة الأولى «لضبط الأداء الإعلامي» (٧٢,٥٪)، يليه بفارق نسبي كبير «وضع قواعد إلزام الإعلاميين بها» (٢٧,٩٪)، وبنسب منخفضة كل من الارتقاء بالمهنة، ومراقبة الأداء الإعلامي، كما تبين أن هناك ٣٦ إعلاميًا لم يحددوا أسباب موافقتهم على ضرورة وجود مدونة أخلاقية ومهنية لضبط الأداء الإعلامي أثناء الانتخابات، كما يتضح من بيانات الجدول التالي:

(جدول رقم ١٣)

أسباب موافقة الإعلاميين على وجود مدونة لضبط الأداء الإعلامي أثناء الانتخابات

أسباب الموافقة	ك	%
ضبط الأداء الإعلامي	١١٢	٧٢,٧
وضع قواعد إلزام الإعلاميين بها	٤٣	٢٧,٩
الارتقاء بالمهنة	١١	٧,١
مراقبة الأداء الإعلامي	٣	١,٩
تفعيل الميثاق	٢	١,٣
لم يحدد سبب	٣٦	٢٣,٤
جملة من سئلوا	١٥٤	

بينما كان من أسباب عدم موافقة الإعلاميين على ضرورة وجود هذه المدونة في المرتبة الأولى أنه «لن يلتزم بها أحد»، ثم في المرتبة الثانية رؤية بعض الإعلاميين أن «الأخلاقيات لا تحتاج إلى مدونة»، كذلك لعدم وجود آليات عقابية في أي ميثاق أو مدونة أخلاقية، وهو ما توضحه بيانات الجدول التالي:

(جدول رقم ١٤)

أسباب عدم موافقة الإعلاميين على وجود مدونة لضبط الأداء الإعلامي أثناء الانتخابات

أسباب عدم الموافقة	ك	%
لن يلتزم بها أحد	٩	٣٤,٦
الأخلاقيات لا تحتاج لمدونة	٤	١٥,٤
عدم وجود آليات عقابية	٢	٧,٧
حتى لا تحدث كبت للحريات	١	٣,٨
لا ضرورة لها	١	٣,٨
ضرورة الاهتمام بالدراسة للإعلاميين	١	٣,٨
لم يحدد سبب	١٤	٥٢,٨
جملة من سئلو	٢٦	

٤- توقع الإعلاميين من وجود اتفاق بين وسائل الإعلام على وجود مدونة لضبط الأداء الإعلامي:

خلصت الدراسة الميدانية إلى أن حوالي نصف المبحوثين (١٠٠ مبحوث من إجمالي ١٨٠ مبحوثًا، بنسبة ٥٥,٦%) يعتقدون أنه سيكون هناك اتفاق بين وسائل الإعلام على ضرورة وجود مدونة أخلاقية ومهنية لضبط الأداء الإعلامي أثناء الانتخابات، وقد كشف اختبار كا^٢ عن وجود علاقة إيجابية ضعيفة بين نوع الوسيلة الإعلامية وتوقع الإعلاميين اتفاق وسائل الإعلام على ضرورة وجود هذه المدونة، حيث تبين أن الإعلاميين العاملين بالصحف هم الأكثر توقعًا باتفاق وسائل الإعلام على ضرورة وجود هذه المدونة بينما كان الإعلاميون العاملون بالإعلام الإلكتروني هم الأقل توقعًا أن يحدث هذا الاتفاق بين وسائل

١- ٢١ = ١٠,٠١، ح.٣ = ٣، ر = ٠,٢٣، الدلالة الإحصائية = ٠,٠١٨.

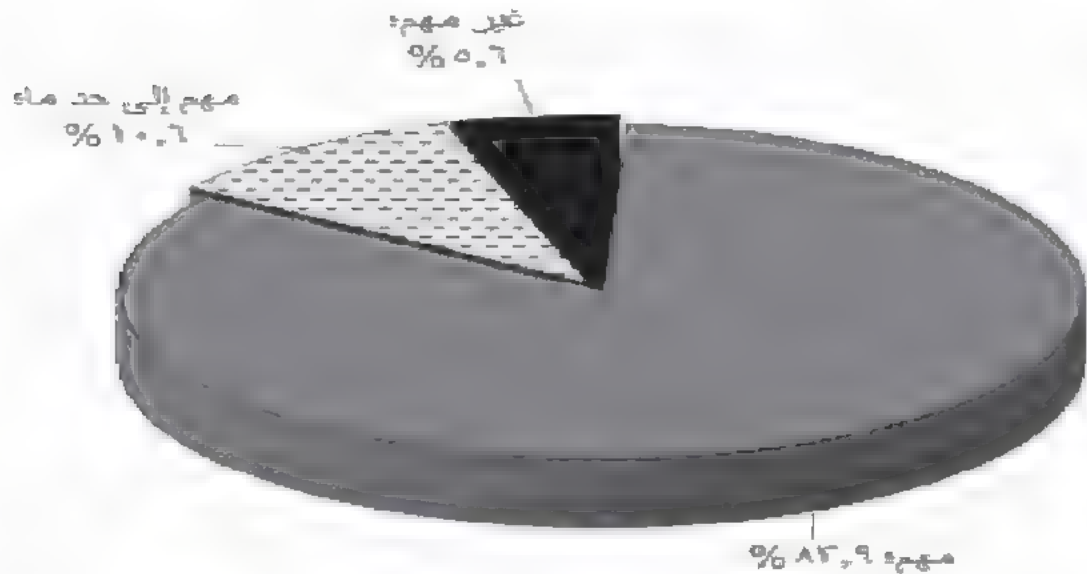
الإعلام على ضرورة وجود مدونة أخلاقية ومهنية لضبط الأداء أثناء الانتخابات، بينما كشف اختبار كا^(١) عن عدم وجود علاقة بين غط ملكية الوسيلة وتوقع الإعلاميين اتفاق وسائل الإعلام على ضرورة وجود مدونة لضبط الأداء المهني والأخلاقي أثناء الانتخابات.

المحور الخامس: معايير ضمان معالجة إعلامية مهنية لتغطية الانتخابات في مصر:

هدفت الدراسة الميدانية إلى وضع مجموعة من المعايير لضمان معالجة إعلامية مهنية لتغطية الانتخابات في مصر^(٢) وقياس مدى أهميتها عن الإعلاميين، حيث تبين من نتائج الدراسة الميدانية أن الاتجاه العام بين الإعلاميين هو الموافقة على أهمية هذه البنود (م = ٢,٧٨، وزن نسبي = ٩٢,٧٪)، وهو ما توضحه بيانات الشكل التالي:

(شكل رقم ١٦)

مدى أهمية معايير ضمان المعالجة الإعلامية المهنية من وجهة نظر الإعلاميين



وفيما يلي توضيح درجة أهمية هذه المعايير من وجهة نظر الإعلاميين حسب البنود المختلفة

لمدونة السلوك المحتملة لضبط الأداء الإعلامي أثناء الانتخابات.

١- ٢٤ = ٠,٨٢٣ د. ح = ٢, ر = ٠,٠٦٧، الدلالة الإحصائية = ٠,٦٦٣.

٢- اعتمد الباحثان في تعريف تلك المعايير والقيم الإعلامية على: هويدا مصطفى وآخرون، الإعلاميون والانتخابات: مدونة مهنية وأخلاقية، الطبعة الثانية، القاهرة: مؤسسة الأهرام بالتعاون مع مؤسسة فريدريش ناومان من أجل الحرية، ٢٠١١م، ص ٥٣- ١١٣.

(جدول رقم ١٥)

درجة أهمية معايير ضبط الأداء الإعلامي أثناء الانتخابات

ترتيب	وزن نسبي	متوسط حسابي	غير مهم		مهم إلى حد ما		مهم		معايير ضبط الأداء الإعلامي أثناء الانتخابات
			ك	%	ك	%	ك	%	
٤	٩٢,٦%	٣,٧٨	٥١	٧,٣%	٥,٦	١٠	١٦,٧	٥٥١	٤١. تجنب التعميم وتحري الدقة والصدق في المعلومات المنشورة.
١١	٨٥,٠%	٢,٥٥	٢٠	١١,١%	٣٢,٨	٤٣	٦٦,١	٦١١	٢. عدم جتزأ التصريحات أو تعديلها أو عزلها عن السياق الذي قيلت فيه.
٧	٨٠,٠%	٢,٨٧	٣١	٧,٨%	٤٢,١	٣١	٨٠,٠%	٤٤١	٣. الاهتمام بعرض وتقديم جميع وجهات النظر.
٩	٧٧,١%	٣,٦٤	٦١	٦,٧%	٧,٨١	٣٨	٧٣,٨	٦٤١	٤. عدم لخلط بين الخبر والموقف السياسي.
٦	١١٩,٠%	٤,٨٨	٣٤	٧,٨%	١١,١	٢٠	١١,٧	٤٤١	٥. احترام خصوصية المرشحين للانتخابات.
١	٩٦,٣%	٣,٧٨	٧	٣,٣%	٧,٨	٣١	٧٨,٧	٧٥١	٦. تجنب عناوين الإثارة الإعلامية التي من شأنها إثارة القلق والتوتر بين المواطنين.
١٠	٨٧,٠%	٣,٦٤	٣١	٢,٢%	٣,٢	٨١	٧٣,٨	١٣١	٧. الالتزام بالصدق والموضوعية في تناول الموضوعات ذات الطبيعة الجدالية والخلافية.
١١	٧٧,١%	٣,٦٤	٦١	٦,٧%	٧,٨١	٣٨	٧٣,٨	٦٤١	٨. اختيار مصادر مناسبة للموضوعات التي يتم تناولها.
٩	٧٧,١%	٣,٦٤	٦١	٦,٧%	٧,٨١	٣٨	٧٣,٨	٦٤١	٩. تجنب إضفاء صفة أو مهنة مغايرة للواقع على أحد المصادر، التزاماً بذكر المعلومات الصحيحة ومنعاً لتضليل القارئ.
٩	٧٧,١%	٣,٦٤	٦١	٦,٧%	٧,٨١	٣٨	٧٣,٨	٦٤١	١٠. عدم نشر الأخبار مجهولة المصدر.
١١	٧٧,١%	٣,٦٤	٦١	٦,٧%	٧,٨١	٣٨	٧٣,٨	٦٤١	١١. عدم التسرع في نشر نتائج الانتخابات.
٧	٨٠,٠%	٢,٨٧	٣١	٧,٨%	٤٢,١	٣١	٨٠,٠%	٤٤١	١٢. مراعاة أخلاقيات نشر الصور الصحفية من حيث التوازن في نشر صور المرشحين وإبراز أسمائهم
١١	٨٥,٠%	٢,٥٥	٢٠	١١,١%	٣٢,٨	٤٣	٦٦,١	٦١١	٣١. مراعاة أخلاقيات نشر الصور الصحفية من حيث مراعاة أخلاقيات نشر صور ضحايا الانتهاكات والعنف أثناء العملية الانتخابية.
٤	٩٢,٦%	٣,٧٨	٥١	٧,٣%	٥,٦	١٠	١٦,٧	٥٥١	٤١. مراعاة شروط السلامة المهنية للإعلامي أثناء تغطية الانتخابات.

يتبين من نتائج الجدول السابق أن معايير ضبط الأداء الإعلامي أثناء الانتخابات تتمثل فيما

يلي:

١. التوازن: بمعنى عرض جميع الأبعاد والرؤى والتفسيرات لحقائق الحدث أو القضية وإن تعارضت مع آراء الصحفي أو الإعلامي، والذي جاء في المرتبة الأولى (وزن نسبي ٩٢,٨٪)، حيث اتفق الإعلاميون على أهمية كل من: «الالتزام بالصدق والموضوعية في تناول الموضوعات ذات الطبيعة الجدالية والخلافية» (وزن نسبي ٩٤,٤٪)، و «الاهتمام بعرض وتقديم جميع وجهات النظر» (وزن نسبي ٩٤,٣٪).
٢. حماية وسائل الإعلام: باتخاذ التدابير اللازمة لحماية وسائل الإعلام لتأدية دورها من خلال توفير المناخ المناسب لها دون ضغط أو حصار أو هجوم من فئات وجماعات مصالح أو أحزاب، حيث وافق الإعلاميون على أهمية «مراعاة شروط السلامة المهنية للإعلامي أثناء تغطية الانتخابات» بوزن نسبي ٩٢,٦٪.
٣. مراعاة الدقة: أي نشر معلومات صحيحة، مما يتطلب التحري الدقيق لجميع المعلومات الواردة بالموضوع، وقد جاء هذا المعيار في المرتبة الثالثة بوزن نسبي ٩١,٥٪، حيث وافق الإعلاميون على كل من: «تجنب التعميم وتحري الدقة والصدق في المعلومات المنشورة» (وزن نسبي ٩٣,٩٪)، ثم «تجنب إضفاء صفة أو مهنة مغايرة للواقع على أحد المصادر التزاماً بذكر المعلومات الصحيحة ومنعاً لتضليل القارئ» (وزن نسبي ٨٨٪)، وبوزن نسبي أقل «عدم التسرع في نشر نتائج الانتخابات» (وزن نسبي ٨٥,٤٪).
٤. عدم التجهيل: بمعنى ذكر مصدر الخبر أو الشخص المعني به، حيث يعني التجهيل: عدم ذكر اسم مصدر الخبر، وكذلك عدم ذكر الشخص المعني بالخبر أو الإشارة إليه بكلمات أو بحروف يمكن تعميمها على أكثر من شخص وعلى نحو يسيء إليهم، حيث وافق الإعلاميون على أهمية «عدم نشر الأخبار مجهولة المصدر» (وزن نسبي ٨٨,١٪).

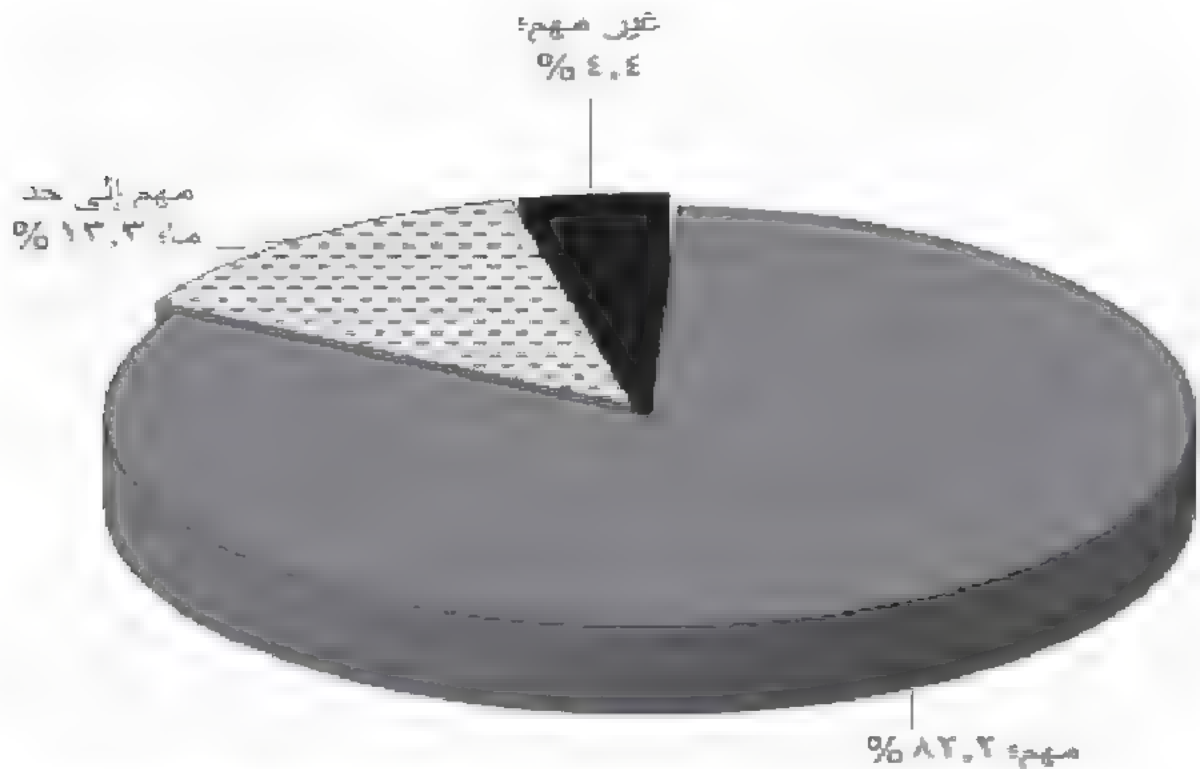
٥. أخلاقيات التعامل مع المصادر: فالتغطية من أماكن الحدث لوصفه وتحليله ومعايشته، وطرح أسئلة متميزة على المصادر تعطي لوسيلة الإعلام المصدقية والتنافس، واحترام حقوق المصدر، جاءت في مرتبة متأخرة نوعاً ما بوزن نسبي ٨٨٪، حيث اتفق الإعلاميون على أهمية كل من: «اختيار مصادر مناسبة للموضوعات التي يتم تناولها» (وزن نسبي ٩١,١٪)، وبفارق طفيف في الوزن النسبي جاء «عدم اجتزاء التصريحات أو تعديلها أو عزلها عن السياق الذي قيلت فيه» (وزن نسبي ٩٠,٧٪).
٦. عدم التحيز: وهو عدم خلط الخبر بالرأي لمصلحة طرف ما، وكذلك عدم تحريف الخبر بالحذف أو الإضافة لمصلحة أي طرف، وقد جاءت في المرتبة السادسة بوزن نسبي ٨٦,٩٪، حيث وافق الإعلاميون على: «عدم الخلط بين الخبر والموقف السياسي» (وزن نسبي ٩١,٩٪)، و«تجنب عناوين الإثارة الإعلامية التي من شأنها إثارة القلق والتوتر بين المواطنين» (وزن نسبي ٨٧,٨٪).
٧. احترام حق الخصوصية: بمعنى عدم اختراق خصوصية المواطنين أو المسؤولين أو المشاهير، إلا إذا كان تناول وثيق الصلة بأعمالهم ومستهدفًا للمصلحة العامة، حيث وافق الإعلاميون على ضرورة «احترام خصوصية المرشحين للانتخابات» بوزن نسبي منخفض نوعاً ما (وزن نسبي ٨٤,٨٪).
٨. أخلاقيات نشر الصورة: من حيث الالتزام بالدقة والنزاهة والتوازن واحترام حق الخصوصية وغيرها من المبادئ، جاءت في المرتبة الأخيرة بوزن نسبي ٨٣,٩٪، حيث وافق الإعلاميون على كل من: «مراعاة أخلاقيات نشر الصور الصحفية من حيث التوازن في نشر صور المرشحين وإبراز أسمائهم» (وزن نسبي ٩٠,٧٪)، يليها ضرورة «مراعاة أخلاقيات نشر الصور الصحفية من حيث مراعاة أخلاقيات نشر صور ضحايا الانتهاكات والعنف أثناء العملية الانتخابية» (وزن نسبي ٨٥٪).

المحور السادس: الحلول المقترحة لضمان التزام المعالجة الإعلامية بالمهنية في مجال تغطية الانتخابات في مصر:

هدفت الدراسة الميدانية إلى وضع مجموعة من الحلول المقترحة لضمان التزام المعالجة الإعلامية بالمهنية في مجال تغطية الانتخابات في مصر، وقياس مدى موافقة الإعلاميين عليها، حيث تبين من نتائج الدراسة الميدانية أن الاتجاه العام بين الإعلاميين هو الموافقة على أهمية هذه البنود (م = ٢,٧٨، وزن نسبي = ٩٢,٧٪)، وهو ما توضحه بيانات الشكل التالي:

(شكل رقم ١٧)

مدى أهمية الحلول المقترحة لضمان لالتزام بمعالجة إعلامية مهنية من وجهة نظر الإعلاميين



وفيما يلي توضيح درجة أهمية الحلول المقترحة لضبط الأداء الإعلامي أثناء الانتخابات من وجهة نظر الإعلاميين.

(جدول رقم ١٦)

درجة أهمية الحلول المقترحة لضبط الأداء الإعلامي أثناء الانتخابات

ترتيب	وزن نسبي	متوسط حسابي	غير مهم		مهم إلى حد ما		مهم		الحلول المقترحة لضبط الأداء الإعلامي أثناء الانتخابات
			ك	%	ك	%	ك	%	
٣	٪٩٢,٣	٣,٧٧	١٦	٨,٩	٠,٦	١٠	٨٥,٦	١٥٤	١. إصدار مدونة مهنية وأخلاقية للعاملين في مجال تغطية الأخبار المتعلقة بالانتخابات
١	٪٩٣,٧	٣,٨١	٩	٥,٠	٨,٩	١٦	٨٦,١	١٥٥	٢. تفعيل ميثاق الشرف الصحفي والإعلامي.
٩	٨٦,٥	٣,٥٩	٢٠	١١,١	١٨,٣	٣٣	٧٠,٦	١٢٧	٣. تفعيل التقارير الدورية من المجلس الأعلى للصحافة أو ما يوازيه بهذا الشأن.
٧	٪٩٨,٤	٣,٦٨	١٨	١٠,٠	١١,٧	٢١	٧٨,٣	١٤١	٤. تطوير البنود الموجودة فعلاً في ميثاق الشرف الصحفي.
٢	٪٩٢,٨	٣,٧٨	١٢	٦,٧	٨,٣	١٥	٨٥,٠	١٥٣	٥. الدعوة إلى تفعيل القانون وأن يكون الجميع تحت مظلته على قدم المساواة.
٦	٪٩٠,٧	٣,٧٢	١٤	٧,٨	١٢,٢	٢٢	٨٠,٠	١٤٤	٦. إيجاد آليات مناسبة لمتابعة تنفيذ القوانين.
٨	٪٨٧,٤	٣,٦٣	١٧	٩,٤	١٨,٩	٣٤	٧١,٧	١٢٩	٧. استحداث لجنة صلاحية داخل النقابة لضبط الأداء المهني والإعلامي للإعلاميين خلال تغطية الانتخابات.
٣	٪٩٢,٣	٣,٧٧	١٣	٧,٢	٨,٩	١٦	٨٣,٩	١٥١	٨. تنظيم تدريبات وورش عمل مستمرة للإعلاميين على كيفية تغطية الانتخابات.
٥	٪٩٢,٠	٣,٧٦	١٥	٨,٣	٧,٢	١٣	٨٤,٤	١٥٢	٩. تنظيم تدريبات وورش عمل مستمرة للإعلاميين حول شروط السلامة المهنية للإعلامي أثناء تغطيته الإعلامية للانتخابات

تبين من الدراسة الميدانية أن الحلول المتعلقة بتطوير أداء الإعلاميين جاءت في المرتبة الأولى بوزن نسبي ٩١,١٪، حيث طالب الإعلاميون بضرورة «تنظيم تدريبات وورش عمل مستمرة للإعلاميين على كيفية تغطية الانتخابات» (وزن نسبي ٩٢,٢٪)، و «تنظيم تدريبات وورش عمل مستمرة للإعلاميين حول شروط السلامة المهنية للإعلامي أثناء تغطيته الإعلامية للانتخابات» (وزن نسبي ٩٢٪).

وبفارق طفيف جاءت في المرتبة الثانية الحلول القانونية/ التشريعية بوزن نسبي ٩٠,٦٪، حيث وافق الإعلاميون على «تفعيل ميثاق الشرف الصحفي والإعلامي» (وزن نسبي ٩٣,٧٪)، و «الدعوة إلى تفعيل القانون وأن يكون الجميع تحت مظلته على قدم المساواة» (وزن نسبي ٩٢,٨٪)، و «إصدار مدونة مهنية وأخلاقية للعاملين في مجال تغطية الأخبار المتعلقة بالانتخابات» (وزن نسبي ٩٢,٢٪)، و «تطوير البنود الموجودة فعلاً في ميثاق الشرف الصحفي» (وزن نسبي ٨٩,٤٪).

وفي المرتبة الثالثة بوزن نسبي منخفض إلى حد ما جاءت موافقة الإعلاميين على الحلول الرقابية (وزن نسبي ٨٨,١٪)، حيث وافق الإعلاميون على ضرورة «إيجاد آليات مناسبة لمتابعة تنفيذ القوانين» (وزن نسبي ٩٠,٧٪)، و «استحداث لجنة صلاحية داخل النقابة لضبط الأداء المهني والإعلامي للإعلاميين خلال تغطية الانتخابات» (وزن نسبي ٨٧,٤٪)، و «تفعيل التقارير الدورية من المجلس الأعلى للصحافة أو ما يوازيه بهذا الشأن» (وزن نسبي ٨٦,٥٪).

فروض الدراسة:

اهتمت الدراسة الميدانية بصياغة عدد من الفروض الإحصائية للتعرف على مدى تأثير نوع الوسيلة التي يعمل بها الإعلامي وغطى ملكيتها على كل من مدى التزام وسائل الإعلام بمواثيق الشرف الإعلامية، ومدى موافقتهم على ضرورة وجودة مدونة أخلاقية ومهنية لضبط الأداء الإعلامي أثناء الانتخابات، بالإضافة إلى توقع الإعلاميين لمدى اتفاق وسائل الإعلام المختلفة على وجود هذه المدونة، وهو ما توضحه السطور القادمة.

الفرض الأول: توجد فروق دالة إحصائية بين الإعلاميين حسب نمط ملكية الوسيلة الإعلامية ونوعها في الاعتقاد بمدى التزام وسائل الإعلام بمواثيق الشرف الإعلامية:

ولاختبار الفرض إحصائياً سيتم تقسيمه إلى فرضين فرعيين كما يلي:

١- توجد فروق دالة إحصائية بين الإعلاميين حسب نوع الوسيلة الإعلامية في الاعتقاد بمدى التزام وسائل الإعلام بمواثيق الشرف الإعلامية:

(جدول رقم ١٧)

اختبار «أنوفا» للفروق بين الإعلاميين حسب نوع الوسيلة في مدى التزام وسائل الإعلام بمواثيق الشرف

نوع الوسيلة الإعلامية	العدد	المتوسط	قيمة ف	الدالة الإحصائية
صحف	٦٦	٣,٠٦	٣,٠٥٦	٠,٠٣
راديو	٤١	٣,١٧		
تلفزيون	٥٤	٢,٧		
إعلام إلكتروني	١٩	٢,٥٣		
الإجمالي	١٨٠	٢,٩		

بتطبيق اختبار «أنوفا» اتضح وجود فروق دالة إحصائية بين المبحوثين حسب نوع الوسيلة الإعلامية التي يعملون بها وفقاً لتوقعهم لمدى التزام وسائل الإعلام بمواثيق الشرف الإعلامية، حيث يلاحظ أن العاملين بالراديو والصحف هم الأكثر اعتقاداً بالتزام وسائل الإعلام بمواثيق الشرف الإعلامية.

٢- توجد فروق دالة إحصائية بين الإعلاميين حسب نمط ملكية الوسيلة الإعلامية في الاعتقاد بمدى التزام وسائل الإعلام بمواثيق الشرف الإعلامية:

(جدول رقم ١٨)

اختبار «أنوفا» للفروق بين الإعلاميين حسب نمط ملكية الوسيلة في مدى التزام وسائل الإعلام بمواثيق

الشرف

نمط ملكية الوسيلة الإعلامية	العدد	المتوسط	قيمة ف	الدلالة الإحصائية
حكومي	٨١	٣,٠٦	١,٤١١	٠,٢٤٧
حزبي	١٥	٢,٧٣		
خاص	٨٤	٢,٨٢		
الإجمالي	١٨٠	٢,٩		

بتطبيق اختبار «أنوفا» اتضح عدم وجود فروق دالة إحصائية بين المبحوثين حسب نمط ملكية الوسيلة الإعلامية التي يعملون بها وفقًا لتوقعهم لمدى التزام وسائل الإعلام بمواثيق الشرف الإعلامية.

الفرض الثاني: توجد فروق دالة إحصائية بين الإعلاميين حسب نمط ملكية الوسيلة الإعلامية ونوعها في مدى موافقتهم على وجود مدونة أخلاقية ومهنية لضبط الأداء الإعلامي أثناء الانتخابات:

ولاختبار الفرض إحصائيًا سيتم تقسيمه إلى فرضين فرعيين كما يلي:

١- توجد فروق دالة إحصائية بين الإعلاميين حسب نوع الوسيلة الإعلامية في مدى موافقتهم على وجود مدونة أخلاقية ومهنية لضبط الأداء الإعلامي أثناء الانتخابات:

(جدول رقم ١٩)

اختبار «أنوفا» للفروق بين الإعلاميين حسب نوع الوسيلة في مدى موافقة الإعلاميين

على وجود مدونة لضبط الأداء المهني أثناء الانتخابات

نوع الوسيلة الإعلامية	العدد	المتوسط	قيمة ف	الدالة الإحصائية
صحف	٦٦	١,٨٣	٢,٣٥٦	٠,٠٧٤
راديو	٤١	١,٩٢		
تلفزيون	٥٤	١,٨٩		
إعلام إلكتروني	١٩	١,٦٨		
الإجمالي	١٨٠	١,٨٥		

بتطبيق اختبار «أنوفا»، اتضح عدم وجود فروق دالة إحصائية بين المبحوثين حسب نوع الوسيلة الإعلامية التي يعملون بها ومدى موافقتهم على وجود مدونة أخلاقية ومهنية لضبط الأداء الإعلامي أثناء الانتخابات.

٢- توجد فروق دالة إحصائية بين الإعلاميين حسب غمط ملكية الوسيلة الإعلامية في مدى موافقتهم على وجود مدونة أخلاقية ومهنية لضبط الأداء الإعلامي أثناء الانتخابات:

(جدول رقم ٢٠)

اختبار «أنوفا» للفروق بين إعلاميين حسب غمط ملكية الوسيلة في مدى موافقة الإعلاميين على وجود

مدونة لضبط الأداء المهني أثناء الانتخابات

غمط ملكية الوسيلة الإعلامية	العدد	المتوسط	قيمة ف	الدالة الإحصائية
حكومي	٨١	١,٨٤	٠,١٥١	٠,٨٦
حزبي	١٥	١,٨٧		
خاص	٨٤	١,٧٨		
الإجمالي	١٨٠	١,٨٥		

بتطبيق اختبار «أنوفا» اتضح عدم وجود فروق دالة إحصائية بين المبحوثين حسب نمط ملكية الوسيلة الإعلامية التي يعملون بها ومدى موافقتهم على وجود مدونة أخلاقية ومهنية لضبط الأداء الإعلامي أثناء الانتخابات.

الفرض الثالث: توجد فروق دالة إحصائية بين الإعلاميين حسب نمط ملكية الوسيلة الإعلامية ونوعها في توقعهم بإمكانية اتفاق وسائل الإعلام على وجود مدونة أخلاقية ومهنية لضبط الأداء الإعلامي أثناء الانتخابات:

ولاختبار الفرض إحصائياً سيتم تقسيمه إلى فرضين فرعيين كما يلي:

٥- توجد فروق دالة إحصائية بين الإعلاميين حسب نوع الوسيلة الإعلامية في توقعهم بإمكانية اتفاق وسائل الإعلام على وجود مدونة أخلاقية ومهنية لضبط الأداء الإعلامي أثناء الانتخابات:

(جدول رقم ٢١)

اختبار «أنوفا» للفروق بين الإعلاميين حسب نوع الوسيلة في توقعهم بإمكانية اتفاق وسائل الإعلام على وجود مدونة لضبط الأداء المهني أثناء الانتخابات

نوع الوسيلة الإعلامية	العدد	المتوسط	قيمة ف	الدلالة الإحصائية
صحف	٦٦	١,٨٣	٢,٣٥٦	٠,٠٧٤
راديو	٤١	١,٩٢		
تلفزيون	٥٤	١,٨٩		
إعلام إلكتروني	١٩	١,٦٨		
الإجمالي	١٨٠	١,٨٥		

بتطبيق اختبار «أنوفا»، اتضح عدم وجود فروق دالة إحصائية بين المبحوثين حسب نوع الوسيلة الإعلامية التي يعملون بها ومدى موافقتهم على وجود مدونة أخلاقية ومهنية لضبط الأداء الإعلامي أثناء الانتخابات.

٢- توجد فروق دالة إحصائيًا بين الإعلاميين حسب نمط ملكية الوسيلة الإعلامية في توقعهم بإمكانية اتفاق وسائل الإعلام على وجود مدونة أخلاقية ومهنية لضبط الأداء الإعلامي أثناء الانتخابات:

(جدول رقم ٢٢)

اختبار «أنوفا» للفروق بين الإعلاميين حسب نوع الوسيلة في توقعهم بإمكانية اتفاق وسائل الإعلام على وجود مدونة لضبط الأداء المهني أثناء الانتخابات

نمط ملكية الوسيلة الإعلامية	العدد	المتوسط	قيمة ف	الدلالة الإحصائية
حكومي	٨١	١,٨٤	٠,١٥١	٠,٨٦
حزبي	١٥	١,٨٧		
خاص	٨٤	١,٧٨		
الإجمالي	١٨٠	١,٨٥		

بتطبيق اختبار «أنوفا»، اتضح عدم وجود فروق دالة إحصائيًا بين المبحوثين حسب نمط ملكية الوسيلة الإعلامية التي يعملون بها ومدى موافقتهم على وجود مدونة أخلاقية ومهنية لضبط الأداء الإعلامي أثناء الانتخابات.

خاتمة

نحو مدونة سلوك مهنية

يُمثل موضوع المعالجة الإعلامية للانتخابات واحدًا من أبرز الموضوعات والقضايا المشارّة على الساحة السياسية في مصر، وبالأخص خلال مرحلة التحول الديمقراطي التي تمرّ بها البلاد عقب اندلاع ثوري ٢٥ يناير ٢٠١١م و٣٠ يونيو ٢٠١٣م، بما كان لهما من دور كبير في تغيير الكثير من مفردات الحياة السياسية وممارساتها العملية، من حيث اختفاء قوى وتيارات سياسية وصعود أخرى والسعي نحو تأكيد دولة المواطنة والقانون.. إلخ.

وإذا كان الإعلاميون -عينة الدراسة- يعترفون بوجود مجموعة من الضغوط والمشكلات التي يتعرضون لها أثناء تغطية الانتخابات، بالإضافة إلى وجود أخطاء وانتهاكات يقعون فيها أثناء عملية التغطية الإعلامية، عن قصد أو دون قصد، بوعي أو بدون وعي، فإنه من المهم في هذا الإطار وحسب رأي الجماعة الإعلامية العمل على:

- إصدار مدونة سلوك خاصة بمعالجة وتغطية الانتخابات يضعها أعضاء الجماعة الإعلامية أنفسهم، من قبل نقابة الصحفيين، وغيرها من الكيانات الإعلامية، على المستويين المهني والأكاديمي. إضافة إلى: تفعيل ميثاق الشرف الصحفي والإعلامي وتطوير البنود الموجودة فعليًا في ميثاق الشرف.
- تنظيم تدريبات ودورات وورش عمل للإعلاميين حول كيفية تغطية الانتخابات وتنمية الوعي بمصطلحاتها وإجراءاتها، بالإضافة إلى التوعية بشروط السلامة المهنية للإعلاميين أثناء التغطية الإعلامية للانتخابات.
- تفعيل دور لجان الرصد والمتابعة الخاصة بوسائل الإعلام المختلفة أثناء الانتخابات وإصدار تقارير بهذا الشأن، وإعلانها للإعلاميين، وهو ما يستتبع أيضًا تفعيل التقارير الدورية الصادرة من المجلس الأعلى للصحافة أو ما يوازيه بهذا الشأن.

- تفعيل القانون بأن يكون الجميع تحت مظلته على قدم المساواة، ومن ثم ضرورة إيجاد آليات مناسبة لمتابعة تنفيذ القوانين، واستحداث لجنة صلاحية داخل النقابة لضبط الأداء المهني والإعلامي للإعلاميين خلال تغطية الانتخابات.

كل ذلك من أجل ضمان معالجة إعلامية مهنية ومحايدة للعملية الانتخابية بمراحلها المختلفة وإشكالياتها المتنوعة.

وتجدر الإشارة هنا إلى توصيات ندوة «الإعلام والانتخابات البرلمانية: نحو تغطية إعلامية مهنية»، والتي نظمها المعهد الدولي العالي للإعلام بمدينة الشروق بالتعاون مع لجنة الإعلام بالمجلس الأعلى للثقافة في يوم الاثنين الموافق ٢ فبراير ٢٠١٥م، وشارك فيها المؤلفان بورقة بحثية، بالإضافة إلى مشاركة عدد من خبراء الإعلام على المستويين الأكاديمي والمهني، حيث انتهت أعمال الندوة والمناقشات التي دارت في إطارها إلى مجموعة من التوصيات، خرجت على النحو التالي: أولاً: ضرورة وضع مجموعة من المعايير تحكم الأداء الإعلامي على نحو يحقق احترام الوحدة الوطنية ومنع استغلال الدين ويحقق الشفافية والإفصاح في تمويل الحملات الانتخابية.

ثانياً: التزام الإعلام بتوفير أكبر قدر من المعلومات التي تتمتع بالدقة قبل وأثناء وبعد العملية الانتخابية، وعلى نحو يساهم في تنمية الوعي الانتخابي للمواطنين، خاصة في ضوء التشريعات الجديدة المنظمة للنظام الانتخابي.

ثالثاً: التأكيد على حرية وسائل الإعلام وضرورة توفير المعلومات للصحفيين والإعلاميين، مع التزامهم بالقواعد المهنية ومواثيق الشرف الإعلامي، وضرورة الفصل بين المعلومات والدعاية وبين المعلومات والآراء ووجهات النظر.

رابعًا: ضرورة أن يتحرى الإعلام صحة المعلومات والأخبار التي تتعلق بالانتخابات والتزام الدقة والموضوعية والبعد عن المبالغة والإثارة والتحيز لأي طرف دون الأطراف الأخرى.

خامسًا: التزام الإعلام بالتغطية السريعة والمتوازنة لكل الأنشطة والفاعليات الانتخابية الخاصة بالأحزاب والمرشحين والبرامج الانتخابية، ومنحهم فرصًا عادلة في مخاطبة الجمهور ومناقشته.

سادسًا: الابتعاد عن المعلومات التي تتناول الحياة الشخصية للمرشحين، أو التمييز بينهم، أو المعلومات المجهلة.

سابعًا: أن يقوم الإعلام بدوره الرقابي للعملية الانتخابية بنزاهة وتجرد، وعلى نحو يسمح له بكشف التجاوزات والانتهاكات، وهو ما يضمن الحفاظ على سلامة العملية الانتخابية.

ثامنًا: ضرورة وجود دليل خاص بالسياسة التحريرية لإعلام الدولة فيما يتعلق بتغطية الانتخابات، على نحو يضمن حياده ولعبه الدور الأكبر في تثقيف وتوعية الجمهور.

تاسعًا: ضرورة تدريب الصحفيين والمراسلين والإعلاميين على الضوابط المهنية المتعلقة بتغطية الانتخابات ونقل المعلومات، وكيفية الاستفادة من تكنولوجيا الاتصال في نقل الأخبار ومتابعة تطورات الأحداث.

عاشرًا: الالتزام بنشر نتائج الاقتراع كما تصدرها اللجنة العليا للانتخابات وعدم الاعتماد على بيانات ونتائج مندوبي المرشحين.

حادي عشر: التطبيق الحازم ودون تمييز للعقوبات التي ينص عليها القانون بشأن قواعد الدعاية الانتخابية وتوقيتها والالتزام بمعايير الأداء الإعلامي وفقًا لما تتوصل إليه تقارير لجنة تقييم الأداء الإعلامي.

ثاني عشر: ضرورة وجود رؤية سياسية واقتصادية واجتماعية واضحة لدى الأحزاب السياسية والتكتلات السياسية، تسمح ببناء برنامج انتخابي جيد تعمل في إطاره على حشد الأصوات الانتخابية والمشاركة في العملية السياسية وفقاً لما كفله الدستور.

ثالث عشر: ضرورة وضع مدونة سلوك للقوائم بالاتصال في تغطيته للعملية الانتخابية، يتم التوافق بشأنها، وتصبح ملزمة على نحو يضمن الممارسة الديمقراطية.

رابع عشر: ضرورة الإسراع في إصدار التشريعات والقوانين المنظمة للعمل الإعلامي على نحو يتفق مع مواد الدستور ويتيح للإعلاميين حق التنظيم الذاتي وإصدار موثيق الشرف المنظمة للمهنة.

«وأخيراً لابد من التأكيد على أن الإعلاميين والصحفيين يحكمهم الضمير المهني الذي لابد من تحكيمه في كل ما يمكن تقديمه للرأي العام».

ملاحق الدراسة

يضم هذا الجزء مجموعة من الوثائق، المصرية والإقليمية والدولية، التي تتعلق وعلى نحو رئيسي بمعالجة وتغطية الانتخابات، حيث اجتهد الباحثان في تجميعها من بعض مواقع شبكة الإنترنت الموثقة وذات المصداقية، بالإضافة إلى عدد من المؤلفات التي تناولت موضوع الإعلام والانتخابات.

إن هذه الوثائق تنقل لنا خبرات وتجارب متنوعة من عدد من الدول، مع ملاحظة أن تلك الوثائق تتشابه إلى حد كبير في توصياتها ومقترحاتها بشأن معالجة إعلامية مهنية: محايدة ومتوازنة وموضوعية للانتخابات: الرئاسية والبرلمانية والمحلية، حيث يمكن للجماعة الإعلامية المصرية قراءة تلك النصوص / الوثائق باهتمام ودقة وعناية، ومن ثم الاستفادة منها في تقديم معالجة إعلامية، نزيهة ومهنية، خلال العملية الانتخابية بمراحلها المختلفة.

أولاً: وثائق مصرية:

الباب الأول من القانون رقم ٩٦ لسنة ١٩٩٦ بشأن تنظيم الصحافة نشر في (الجريدة الرسمية)
بالعدد رقم ٢٥ مكرر (أ) في ٣٠ يونيو سنة ١٩٩٦م

باسم الشعب

رئيس الجمهورية

قرر مجلس الشعب الآتي، ونصه وقد أصدرناه:

الباب الأول

حرية الصحافة وحقوق وواجبات الصحفيين

فصل تمهيدي:

مادة ١- الصحافة سلطة شعبية تمارس رسالتها بحرية مسئولة في خدمة المجتمع تعبيراً عن مختلف
اتجاهات الرأي العام وإسهاماً في تكوينه وتوجيهه من خلال حرية التعبير وممارسة النقد
ونشر الأنباء، وذلك كله في إطار المقومات الأساسية للمجتمع وأحكام الدستور والقانون.

مادة ٢- يقصد بالصحف في تطبيق أحكام هذا القانون المطبوعات التي تصدر باسم واحد وبصفة
دورية كالجرائد والمجلات ووكالات الأنباء.

الفصل الأول

حرية الصحافة:

مادة ٣- تؤدي الصحافة رسالتها بحرية وباستقلال، وتستهدف تهيئة المناخ الحر لنموه وارتقائه
بالمعرفة المستنيرة وبالإسهام في الاهتمام إلى الحلول الأفضل في كل ما يتعلق بمصالح الوطن
وصالح المواطنين.

مادة ٤- فرض الرقابة على الصحف محظور.

ومع ذلك يجوز -استثناء- في حالة إعلان الطوارئ أو زمن الحرب أن يفرض على الصحف رقابة محددة في الأمور التي تتصل بالسلامة العامة أو أغراض الأمن القومي.

مادة ٥- يحظر مصادرة الصحف أو تعطيلها أو إلغاء ترخيصها بالطريق الإداري.

الفصل الثاني

حقوق الصحفيين:

مادة ٦- الصحفيون مستقلون لا سلطان عليهم في أداء عملهم لغير القانون.

مادة ٧- لا يجوز أن يكون الرأي الذي يصدر عن الصحفي أو المعلومات الصحيحة التي ينشرها سبباً للمساس بأمنه. كما لا يجوز إجباره على إفشاء مصادر معلوماته، وذلك كله في حدود القانون.

مادة ٨- للصحفي حق الحصول على المعلومات والإحصاءات والأخبار المباح نشرها طبقاً للقانون من مصادرها سواء كانت هذه المصادر جهة حكومية أو عامة كما يكون للصحفي حق نشر ما يتحصل عليه منها.

وتنشأ بقرار من الجهة المختصة إدارة أو مكتب للاتصال الصحفي في كل وزارة أو مصلحة أو هيئة عامة لتسهيل الحصول على ما ذكر بالفقرة السابقة.

مادة ٩- يحظر فرض أي قيود تعوق حرية تدفق المعلومات أو تحول دون تكافؤ الفرص بين مختلف الصحف في الحصول على المعلومات أو يكون من شأنها تعطيل حق المواطن في الإعلام والمعرفة، وذلك كله دون إخلال بمقتضيات الأمن القومي والدفاع عن الوطن ومصالحه العليا.

مادة ١٠- مع مراعاة أحكام المادتين السابقتين للصحفي تلقي الإجابة على ما يستفسر عنه من معلومات وإحصاءات وأخبار، وذلك ما لم تكن هذه المعلومات أو الإحصاءات أو الأخبار سرية بطبيعتها أو طبقاً للقانون.

مادة ١١- للصحفي في سبيل تأدية عمله الصحفي الحق في حضور المؤتمرات وكذلك الجلسات والاجتماعات العامة.

مادة ١٢- كل من أهان صحفياً أو تعدى عليه بسبب عمله يعاقب بالعقوبات المقررة لإهانة الموظف العمومي أو التعدي عليه في المواد (١٣٢)، (١٣٦)، (١/١٣٧) من قانون العقوبات بحسب الأحوال.

مادة ١٣- إذا طرأ تغيير جذري على سياسة الصحيفة التي يعمل بها الصحفي أو تغيرت الظروف التي تعاقد في ظلها جاز للصحفي أن يفسخ تعاقد مع المؤسسة بإراداته المنفردة بشرط أن يخطر الصحيفة بعزمه على فسخ العقد قبل امتناعه عن عمله بثلاثة أشهر على الأقل. وبذلك دون الإخلاص بحق الصحفي في التعويض.

مادة ١٤- تخضع العلاقة بين الصحفي والصحيفة لعقد العمل الصحفي الذي يحدد مدة التعاقد ونوع عمل الصحفي ومكانه والمرتب وملحقاته والمزايا التكميلية.

هما لا يتعارض مع القواعد الآمرة في قانون عقد العمل الفردي أو مع عقد العمل الصحفي الجماعي في حالة وجوده.

مادة ١٥- لمجلس نقابة الصحفيين عقد اتفاقات عمل جماعية مع أصحاب الصحف ووكالات الأنباء والصحف العربية والأجنبية تتضمن شروطاً أفضل للصحفي.

وتكون نقابة الصحفيين طرفاً في العقود التي تبرم وفقاً لأحكام المادة السابقة، والفقرة الأولى من هذه المادة.

مادة ١٦- تلتزم كافة المؤسسات الصحفية وإدارات الصحف بالوفاء بجميع الحقوق المقررة للصحفي في القوانين وعقد العمل الصحفي المبرم معها.

مادة ١٧- لا يجوز فصل الصحفي من عمله إلا بعد إخطار نقابة الصحفيين بمبررات الفصل، فإذا استنفدت النقابة مرحلة التوفيق بين الصحيفة والصحفي دون نجاح، تطبق الأحكام الواردة في قانون العمل في شأن فصل العامل.

الفصل الثالث

واجبات الصحفيين:

مادة ١٨- يلتزم الصحفي فيما ينشره بالمبادئ والقيم التي يتضمنها الدستور وبأحكام القانون مستمسكاً في كل أعماله بمقتضيات الشرف والأمانة والصدق وآداب المهنة وتقاليدها بما يحفظ للمجتمع مثله وقيمه وبما لا ينتهك حقاً من حقوق المواطنين أو يمس إحدى حرياتهم.

مادة ١٩- يلتزم الصحفي التزاماً كاملاً بميثاق الشرف الصحفي. ويؤاخذ الصحفي تأديبياً إذا أخل بواجباته المبينة في هذا القانون أو في الميثاق.

مادة ٢٠- يلتزم الصحفي بالامتناع عن الانحياز إلى الدعوات العنصرية أو التي تنطوي على امتهان الأديان أو الدعوة إلى كراهيتها أو الطعن في إيمان الآخرين أو ترويج التحيز أو الاحتقار لأي من طوائف المجتمع.

مادة ٢١- لا يجوز للصحفي أو غيره أن يتعرض للحياة الخاصة للمواطنين، كما لا يجوز له أن يتناول مسلك المشتغل بالعمل العام أو الشخص ذي الصفة النيابية العامة أو المكلف بخدمة عامة إلا إذا كان تناول وثيق الصلة بأعمالهم ومستهدفاً المصلحة العامة.

مادة ٢٢- يعاقب كل من يخالف أحكام المادتين السابقتين بالحبس مدة لا تزيد على سنة وبغرامة لا تقل عن خمسة آلاف جنيه ولا تزيد على عشرة آلاف جنيه أو بإحدى هاتين العقوبتين.

مادة ٢٣- يحظر على الصحيفة تناول ما تتولاه سلطات التحقيق أو المحاكمة بما يؤثر على صالح التحقيق أو المحاكمة أو بما يؤثر على مراكز من يتناولهم التحقيق أو المحاكمة وتلتزم الصحيفة بنشر قرارات النيابة العامة ومنطوق الأحكام التي تصدر في القضايا التي تناولتها الصحيفة بالنشر أثناء التحقيق أو المحاكمة وموجز كاف للأسباب التي تقام عليها وذلك كله إذا صدر القرار بالحفظ أو بأن لا وجه لإقامة الدعوى أو صدر الحكم بالبراءة.

مادة ٢٤- يجب على رئيس التحرير أو المحرر المسئول أن ينشر بناء على طلب ذي الشأن تصحيح ما ورد ذكره من الوقائع أو سبق نشره من تصريحات في الصحف في غضون الثلاثة الأيام التالية لاستلامه التصحيح أو في أول عدد يظهر من الصحيفة بجميع طبعاتها أيهما يقع أولاً وبما يتفق مع مواعيد طبع الصحيفة ويجب أن يكون النشر في نفس المكان وبنفس الحروف التي نشر بها المقال أو الخبر أو المادة الصحفية المطلوب تصحيحها. ويكون نشر التصحيح بغير مقابل إذا لم يتجاوز مثلي مساحة المقال أو الخبر المنشور فإن جاوزه كان للصحيفة الحق في مطالبة طالب التصحيح بمقابل نشر القدر الزائد محسوباً بسعر تعريفية الإعلان المقررة ويكون للصحيفة الامتناع عن نشر التصحيح حتى تستوفي هذا المقابل.

مادة ٢٥- على طالب التصحيح أن يرسل الطلب إلى الصحيفة المعنية بموجب خطاب موصى عليه بعلم الوصول أو ما يقوم مقامه إلى رئيس التحرير مرفقاً به ما قد يكون متوفراً لديه من مستندات.

مادة ٢٦- يجوز للصحيفة أن تمتنع عن نشر التصحيح في الحالتين الآتيتين:

١- إذا وصل طلب التصحيح إلى الصحيفة بعد مضي ثلاثين يومًا على النشر.

٢- إذا سبق للصحيفة أن صححت من تلقاء نفسها ما يطلب تصحيحه.

وفي جميع الأحوال يجب الامتناع عن نشر التصحيح إذا انطوى على جريمة أو على ما يخالف النظام العام والآداب.

مادة ٢٧- إذا لم يتم التصحيح في المدة المنصوص عليها في المادة (٢٤) من هذا القانون جاز لذي الشأن أن يخطر المجلس الأعلى للصحافة بكتاب موصى عليه بعلم الوصول لاتخاذ ما يراه في شأن نشر التصحيح.

مادة ٢٨- إذا لم يتم التصحيح في المدة المحددة في المادة (٢٤) من هذا القانون يعاقب الممتنع عن نشره بالحبس مدة لا تقل عن ثلاثة أشهر وبغرامة لا تقل عن ألف جنيه ولا تتجاوز أربعة آلاف جنيه أو بإحدى هاتين العقوبتين.

وللمحكمة عند الحكم بالعقوبة أو بالتعويض المدني أن تأمر بنشر الحكم الصادر بالعقوبة أو بالتعويض المدني في صحيفة يومية واحدة على نفقة الصحيفة فضلًا عن نشره بالصحيفة التي نشر بها المقال أو الخبر موضوع الدعوى خلال مدة لا تتجاوز خمسة عشر يومًا من تاريخ صدور الحكم إذا كان حضوريًا أو من تاريخ إعلانه إذا كان غيابيًا، ولا يتم هذا النشر إلا إذا أصبح الحكم نهائيًا.

مادة ٢٩- تنقضي الدعوى الجنائية بالنسبة لرئيس التحرير أو المحرر المسئول عن جريمة الامتناع عن النشر إذا قامت الصحيفة بنشر التصحيح قبل تحريك الدعوى الجنائية ضدهما.

مادة ٣٠- يحظر على الصحيفة أو الصحفي قبول تبرعات أو إعانات أو مزايا خاصة من جهات أجنبية بطريقة مباشرة أو غير مباشرة وتعتبر أية زيادة في أجر الإعلانات التي تنشرها هذه الجهات عن الأجور المقررة للإعلان بالصحيفة إعانة غير مباشرة.

ويعاقب كل من يخالف ذلك بالحبس مدة لا تزيد على سنة أو بغرامة لا تقل عن خمسمائة جنيه ولا تتجاوز ألفي جنيه وتحكم المحكمة بإلزام المخالف بأداء مبلغ يعادل مثلي التبرع أو الميزة أو الإعانة التي حصل عليها، على أن يؤول هذا المبلغ إلى صندوق معاشات نقابة الصحفيين.

كما يحظر على الصحيفة أو الصحفي تلقي أي إعانات حكومية بطريقة مباشرة أو غير مباشرة إلا وفقًا للقواعد العامة التي يضعها المجلس الأعلى للصحافة.

مادة ٣١- يحظر على الصحف نشر أي إعلان تتعارض مادته مع قيم المجتمع وأأسسه ومبادئه أو آداب العامة أو مع رسالة الصحافة وأهدافها. وجب الفصل بصورة كاملة وبارزة بين المواد التحريرية والإعلانية.

مادة ٣٢- لا يجوز للصحفي أن يعمل في جلب الإعلانات أو أن يحصل على أي مبالغ مباشرة أو غير مباشرة أو مزايا عن نشر الإعلانات بأية صفة ولا يجوز أن يوقع باسمه مادة إعلانية.

مادة ٣٣- تلتزم جميع الصحف والمؤسسات الصحفية بنشر ميزانياتها خلال ستة أشهر من انتهاء السنة المالية. ويتولى الجهاز المركزي للمحاسبات بصفة دورية مراجعة دفاتر مستندات المؤسسة الصحفية للتحقق من سلامة ومشروعية إجراءاتها المالية والإدارية والقانونية.

وعلى الصحف والمؤسسات أن توافي الجهاز بحساباتها الختامية خلال الثلاثة أشهر التالية لانتهاؤها المالية كما يكون عليها أن تمكن الجهاز من هذه المراجعة وعلى الجهاز المذكور إعداد تقارير بنتيجة فحصه وعليه أن يحيل المخالفات إلى النيابة العامة مع إخطار المجلس الأعلى للصحافة في جميع الأحوال.

الفصل الرابع:

تأديب الصحفي:

مادة ٣٤- تختص نقابة الصحفيين وحدها بتأديب الصحفيين من أعضائها.

وتطبق في هذا الشأن الأحكام الواردة في قانون نقابة الصحفيين فيما لا يتعارض مع أحكام هذا الفصل.

مادة ٣٥- يحيل نقيب الصحفيين بعد العرض على مجلس النقابة الصحفي الذي تنسب إليه مخالفة تأديبية إلى لجنة التحقيق على أن تنتهي من إجراء التحقيق خلال ثلاثين يومًا من تاريخ الإحالة إليها، فإذا رأت اللجنة أن التحقيق يستغرق مدة أطول استأذنت مجلس النقابة في ذلك.

مادة ٣٦- تشكل لجنة التحقيق المنصوص عليها في المادة السابقة على النحو التالي:

وكيل النقابة رئيسًا.

مستشار من مجلس الدولة يختاره مجلس الدولة عضوًا.

(ج) سكرتير النقابة أو سكرتير النقابة الفرعية بحسب الأحوال عضوًا.

مادة ٣٧- تشكل هيئة التأديب الابتدائية المنصوص عليها في المادة (٨١) من قانون نقابة الصحفيين، على النحو التالي:

(أ) ثلاثة أعضاء يختارهم مجلس نقابة الصحفيين من بين أعضائه في أول كل دورة نقابية. وتكون رئاسة اللجنة لأقدمهم قيّدًا بجدول النقابة ما لم يكن أحدهم عضوًا في هيئة مكتب مجلسها فتكون له الرئاسة.

(ب) عضو من المجلس الأعلى للصحافة يختاره المجلس من بين أعضائه الصحفيين.

(ج) مستشار من مجلس الدولة يختاره مجلس الدولة.

وتحال الدعوى إلى هذه الهيئة من لجنة التحقيق المشار إليها في المادة السابقة.

ويتولى رئيس لجنة التحقيق توجيه الاتهام أمام الهيئة التأديبية.

مادة ٣٨- يجوز للصحفي الطعن في قرار هيئة التأديب الابتدائية أمام هيئة التأديب الاستئنافية المنصوص عليها في المادة (٨٢) من قانون النقابة.

مادة ٣٩- مع عدم الإخلال بحق إقامة الدعوى الجنائية أو المدنية لذوي الشأن التقدم بالشكوى ضد الصحفي إلى المجلس الأعلى للصحافة.

ويتولى المجلس بحث الشكوى وإبلاغ النتيجة إلى نقابة الصحفيين في حالة توافر الدلائل الكافية على صحة ما جاء بالشكوى.

الفصل الخامس

المسئولية الجنائية في الجرائم التي تقع بواسطة الصحف:

مادة ٤٠- إذا حركت الدعوى الجنائية أمام محكمة الجناح بسبب الجرائم التي تقع بواسطة الصحف جاز للمتهم أن ينيب عنه وكيلًا لمتابعتها ما لم تأمر المحكمة بحضوره شخصيًا.

مادة ٤١- لا يجوز الحبس الاحتياطي في الجرائم التي تقع بواسطة الصحف إلا في الجريمة المنصوص عليها في المادة (١٧٩) من قانون العقوبات.

مادة ٤٢- لا يجوز أن يتخذ من الوثائق والمعلومات والبيانات والأوراق التي يحوزها الصحفي دليل اتهام ضده في أي تحقيق جنائي ما لم تكن في ذاتها موضوعًا للتحقيق أو محلًا لجريمة.

ومع مراعاة أحكام المواد (٥٥) و(٩٧) و(١٩٩) من قانون الإجراءات الجنائية يجب رد ما تم ضبطه من الأشياء التي ذكرت في الفقرة السابقة إلى من ضبطت لديه فور انتهاء الغرض الذي ضبطت من أجله.

مادة ٤٣- لا يجوز القبض على الصحفي بسبب جريمة من الجرائم التي تقع بواسطة الصحف إلا بأمر من النيابة العامة، كما لا يجوز التحقيق معه أو تفتيش مقر عمله لهذا السبب إلا بواسطة أحد أعضاء النيابة العامة.

ويجب على النيابة العامة أن تخطر مجلس النقابة قبل اتخاذ إجراءات التحقيق مع الصحفي بوقت كاف.

وللنقيب أن يحضر التحقيق هو أو من ينييه من أعضاء المجلس. ولمجلس النقابة أن يطلب صورًا من التحقيق بغير رسوم.

مادة ٤٤- لا يعاقب على الطعن بطريق النشر في أعمال موظف عام أو شخص ذي صفة نيابية عامة أو مكلف بخدمة عامة إذا كان النشر بسلامة نية وكان لا يتعدى أعمال الوظيفة أو النيابة أو الخدمة العامة، وبشرط أن يثبت كل فعل أسنده إليهم.

اللائحة التنفيذية لقانون الصحافة

المجلس الأعلى للصحافة

قرار رقم ١٠ لسنة ١٩٩٨

بإصدار اللائحة التنفيذية لقانون تنظيم الصحافة

رئيس المجلس الأعلى للصحافة

بعد الإطلاع على القانون رقم ٩٦ لسنة ١٩٩٦ بشأن تنظيم الصحافة:

وعلى موافقة المجلس بجلسته المعقودة يوم ١٩ / ٧ / ١٩٩٨:

قرر:

مادة (١) يعمل بأحكام اللائحة التنفيذية لقانون تنظيم الصحافة المرافقة لهذا القرار.

مادة (٢) ينشر هذا القرار بالوقائع المصرية، و يعمل به اعتبارًا من اليوم التالي لتاريخ النشر.

صدر في ١٩ / ٧ / ١٩٩٨.

رئيس المجلس الأعلى للصحافة

دكتور / مصطفى كمال حلمي

اللائحة التنفيذية

للقانون رقم ٩٦ لسنة ١٩٩٦

بشأن تنظيم الصحافة

(الباب الأول)

حرية الصحافة وحقوق وواجبات الصحفيين

الفصل الأول

المبادئ الأساسية:

مادة ١- الصحافة -في كل أوصافها القانونية والواقعية- أظهر صور الحرية، وهي بحكم كونها رسالة الرأي، ووسيلة التعريف به، والتعبير عنه في كل اتجاهاته، أداة المجتمع للإحاطة بشئونه والارتقاء به، وسبيل نشر المعرفة وإذاعة الأنباء وبيان الخبر.

مادة ٢- المجلس الأعلى للصحافة هيئة مستقلة قائمة بذاتها تقوم على شئون الصحافة في جمهورية مصر العربية بما يحقق رسالتها وفقاً للدستور والقانون.

مادة ٣- يعبر -في نصوص هذه اللائحة- عن المجلس الأعلى للصحافة (بالمجلس)، وعن القانون رقم ٩٦ لسنة ١٩٩٦ بشأن تنظيم الصحافة (بقانون الصحافة).

الفصل الثاني

حقوق الصحفيين:

مادة ٤- يباشر الصحفيون عملهم ويمارسون حريتهم في التعبير عن الرأي والفكر أيًا كانت اتجاهاتهم وانتماءاتهم السياسية أو الحزبية أو الفكرية بدافع من إرادتهم في نطاق المقومات الأساسية للمجتمع والحفاظ على الحريات والحقوق والواجبات العامة واحترام حرمة الحياة الخاصة وفقاً للدستور والقانون.

مادة ٥- لا يجوز تعريض الصحفي لأي ضغط من جانب أي سلطة، كما لا يجوز حمله على إفشاء مصدر معلوماته.

مادة ٦- لا يجوز محاسبة الصحفي على رأي يبيده أو معلومات صحيحة ينشرها كما لا يجوز محاسبته بسبب عمله إلا إذا ثبت إخلاله بواجباته المهنية أو عدم سلامة مقصده على النحو المبين بالقانون أو بإحكام ميثاق الشرف الصحفي وهذه اللائحة.

مادة ٧- لا يجوز المساس بأمن الصحفي في مباشرة عمله.

ويقصد بأمن الصحفي مجموعة الظروف والاعتبارات التي ترتبها القوانين واللوائح وميثاق الشرف الصحفي وما استقر من أعراف صحفية يستطيع الصحفي -بتوافرها واحترامها- أن يمارس عمله ويؤدي رسالته في اطمئنان.

مادة ٨- يبذل المجلس ما يراه محققاً للحفاظ على أمن الصحفي وعدم المساس به، كما يتعاون مع نقابة الصحفيين لتحقيق هذا الغرض.

مادة ٩- للصحفي في حالة المساس بأمنه أن يعرض الأمر على المجلس بطلب مكتوب ويخطر المؤسسة التي يتبعها بصورة منه.

وللمجلس أن يطلب من المؤسسة التي يتبعها الصحفي موافاته خلال أسبوعين بما قد يكون لها من ملاحظات.

ويتخذ المجلس ما يراه في هذا الشأن بدءاً من محاولة التوفيق ثم يخطر الصحفي المتظلم والمؤسسة المعنية ونقابة الصحفيين خلال شهرين من تاريخ التظلم بما ينتهي إليه من رأي أو قرار. وللصحفي في جميع الأحوال أن يلجأ للقضاء.

مادة ١٠- للصحفي أن يتقدم بإخطار كتابي إلى الأمين العام للمجلس في الحالات الآتية:

(أ) إذا تقدم بطلب للحصول على المعلومات أو الإحصاءات أو الأخبار المباح نشرها طبقاً

للقانون إلى الجهة المنصوص عليها في الفقرة الثانية من المادة الثامنة من قانون الصحافة دون أن يتلقى ردًا خلال أسبوع على الأكثر من تاريخ طلبه.

(ب) إذا منع حضور المؤتمرات أو الجلسات أو الاجتماعات العامة.

(ج) إذا وقع عليه تعد أو إهانة بسبب عمله مع مراعاة حكم المادة (١٢) من قانون الصحافة.

وللأمين العام للمجلس عند الاقتضاء عرض الأمر على هيئة مكتب المجلس لاتخاذ ما يراه.

مادة ١١- مع عدم الإخلال بحق الصحفي في فسخ تعاقله مع المؤسسة التي يعمل بها في الحالة المنصوص عليها في المادة (١٣) من قانون الصحافة، يجب على الصحفي، قبل إتمام الفسخ، أن يخطر المجلس والنقابة بأوجه التغيير الذي طرأ على سياسة الصحيفة أو على الظروف التي تعاقل في ظلها.

الفصل الثالث

واجبات الصحفيين:

مادة ١٢- يلتزم جميع العاملين بالصحف بقانون تنظيم الصحافة وبلائحته التنفيذية وبقرارات المجلس، وبأن يراعوا في سلوكهم المهني مبادئ الشرف والأمانة وآداب المهنة وأعرافها وتقاليدها.

مادة ١٣- مع عدم الإخلال بحق الصحفي في التعليق وإبداء الرأي من وجهة النظر العامة، يجب نشر البيانات الصادرة عن المجلس ولسلطات العامة المختصة في أي شأن من الشؤون العامة محل النشر أو التي تعني الرأي العام وبصفة خاصة ما يتصل بشكاوى المواطنين.

كما يجب نشر البيانات الصادرة عن النيابة العامة ومنطوق الأحكام أو القرارات التي تصدرها السلطة القضائية المختصة في الأمور والقضايا التي تناولها النشر

الصحفي أثناء التحقيق أو المحاكمة مع موجز كاف للأسباب التي تقام عليها وذلك إذا تقرر الحفظ أو قضي بالبراءة.

ويجب الالتزام بعدم إبراز نشر أخبار الجريمة وأسماء وصور المتهمين أو المحكوم عليهم على نحو يبرر الجريمة أو يشيد بمرتكبيها.

مادة ١٤- مع عدم الإخلال بأحكام المواد (٢٤) وما بعدها من قانون الصحافة، على الصحيفة عندما تمتنع عن نشر طلب التصحيح لعدم استيفائه الشروط المنصوص عليها في القانون أو لوجود مانع قانوني يحول دون نشره أن تكتب لصاحب الطلب بذلك خلال ثلاثة أيام من تقرير عدم النشر.

مادة ١٥- على طالب التصحيح أو الرد، إذا لم يتم التصحيح في المدة المشار إليها في المادة (٢٤) من قانون الصحافة، أن يرفع الأمر إلى الأمين العام للمجلس بكتاب موصى عليه بعلم الوصول أو ما يقوم مقامه مرفقًا به صورة من طلب التصحيح وصورة مما يكون متوافر لديه من المستندات التي بعث بها إلى الصحيفة المعنية على النحو المبين بالمادة (٢٠) من القانون المذكور.

ويحيل الأمين العام للمجلس الطلب المشار إليه في الفقرة السابقة إلى لجنة الشكاوى وطلبات الرد والتصحيح التي تعد تقريرًا بالرأي حول مدى أحقية طالب الرد أو التصحيح في نشر رده أو تصحيحه، ويخطر الأمين العام للمجلس الصحيفة المعنية وطالب التصحيح بالنتيجة التي تنتهي إليها اللجنة المذكورة.

مادة ١٦- تضع لجنة شئون الصحافة والصحفيين بالتنسيق مع لجنة الشئون المالية والإدارية والاقتصادية قواعد تلقي الإعانات الحكومية المشار إليها في الفقرة الثالثة من المادة (٣٠) من قانون الصحافة ويصدر المجلس قرارًا بها.

مادة ١٧- مع مراعاة حكم المادة (٣١) من قانون الصحافة، يخضع نشر الإعلانات لذات

القواعد المهنية التي تسري على المواد التحريرية، دون إغفال لطبيعة الإعلانات، ويراعى بصفة خاصة عدم تعارض المادة الإعلانية مع مقتضيات المنافسة المشروعة وحماية المواطنين.

مادة ١٨- تعرض التقارير التي يعدها الجهاز المركزي للمحاسبات إعمالاً للفقرة الثانية من المادة (٣٣) من قانون الصحافة على لجنة الشئون المالية والإدارية والاقتصادية لتعد تقريراً عنها يعرض على المجلس لاتخاذ ما يراه.

الفصل الرابع

التأديب:

مادة ١٩- يختار المجلس سنوياً أحد أعضائه من الصحفيين لعضوية الهيئة التأديبية الابتدائية المنصوص عليها في المادة (٣٧) من قانون الصحافة.

مادة ٢٠- تحال الشكاوى المقدمة من ذوي الشأن ضد الصحفي إلى لجنة الشكاوى وطلبات الرد والتصحيح لفحصها وإعداد تقرير عنها خلال أسبوعين من تاريخ إحالتها إليها ويعرض التقرير على المجلس ليقرر ما يراه بشأنه في ما ورد بالفقرة الثانية من المادة (٣٩) من قانون الصحافة.

(الباب الثاني)

إصدار الصحف وملكيته

الفصل الأول

إصدار الصحف:

مادة ٢١- يعد المجلس نموذجاً يحرر عليه الإخطار بطلب الترخيص بإصدار صحيفة على أن يتضمن النموذج كافة البيانات التي حدتها المادة (٤٦) من قانون الصحافة وما يراه المجلس ملائماً لبحث الطلب وألبيت فيه.

مادة ٢٢- تقدم إلى أمانة المجلس إخطارات طلبات الترخيص بإصدار الصحف وذلك على النموذج الخاص الموضح بالمادة السابقة.

وعلى الأمانة العامة أن تسجل هذه الإخطارات وتفاصيل بياناتها في سجل خاص تعده لذلك يوضح به ما تم في كل إخطار.

مادة ٢٣- تحيل أمانة المجلس الإخطار بطلب الترخيص إلى لجنة شئون الصحافة والصحفيين في موعد أقصاه أسبوع من تلقي الإخطار، وعلى اللجنة المذكورة أن تفحص الإخطار بالطلب وتضع عنه تقريراً برأيها وتحيله على المجلس خلال أسبوعين على الأكثر من تاريخ إحالته إليها.

مادة ٢٤- يعرض رأي اللجنة على المجلس لإصدار قرار بالترخيص أو بالرفض، وفي الحالتين يصدر القرار بموافقة أغلبية أعضاء المجلس الحاضرين، فإذا كان هذا القرار بالرفض وجب أن يكون مسبباً.

مادة ٢٥- يخطر رئيس المجلس مقدم الإخطار بالقرار الذي صدر في شأن الإخطار بخطاب موصى عليه وبعلم الوصول.

مادة ٢٦- تحسب مدة الثلاثة أشهر المشار إليها في المادة (٤) من قانون الصحافة ابتداءً من وصول الإخطار المتضمن قرار المجلس المنصوص عليه في المادة السابقة.

مادة ٢٧- يعتبر صدور الصحيفة غير منتظم في حكم المادة (٤) من قانون الصحافة إذا تحقق بغير عذر يقبله المجلس أحد الأمرين الآتيين:

(أ) عدم إصدار نصف العدد المفروض صدوره أصلاً خلال مدة الأشهر الستة المشار إليها في المادة المذكورة.

(ب) أن تكون مدة الاحتجاب خلال مدة الأشهر الستة أطول من مدة توالي الصدور.

ويقصد بالصدور طرح الصحيفة للتوزيع بالطريقة التي درجت عليها والقيام بإيداع النسخ المطلوبة للجهات التي حددتها القوانين بالإضافة إلى إيداع خمس نسخ أمانة المجلس.

ويجب في كل الأحوال إيداع النسخ في تاريخ معاصر للصدور.

مادة ٢٨- في حالة عدم إعلان المجلس بالتغيير الذي يطرأ على البيانات التي تضمنها الإخطار بعد صدور الترخيص، أو التغيير في هذه البيانات دون موافقة المجلس يعتبر الترخيص بإصدار الصحيفة كأن لم يكن.

ويصدر المجلس في الأحوال السابقة قراراً باعتبار الترخيص كأن لم يكن بناء على تقرير تعدده لجنة شئون الصحافة والصحفيين، وتخطر الصحيفة بالقرار الصادر في هذا الشأن.

وفي جميع الأحوال يكون لذوي الشأن التقدم بطلب ترخيص جديد بعد استيفاء الإجراءات والشروط والأوضاع المقررة قانوناً.

الفصل الثاني

ملكية الصحف:

مادة ٢٩- تعرض طلبات الإعفاء من بعض الشروط المنصوص عليها في المادة (٥٢) من قانون الصحافة على لجنة شئون الصحافة والصحفيين التي تعد تقريراً في شأنها يعرض على المجلس لاتخاذ ما يراه.

مادة ٣٠- تعد لجنة شئون الصحافة والصحفيين النموذج المشار إليه في المادة (٥٣) من قانون الصحافة يعرض على المجلس لإقراره.

مادة ٣١- تحدد لجنة شئون الصحافة والصحفيين الهيئات التي تتمتع بالإعفاء الوارد في الفقرة (٣) من المادة (٥٤) من قانون الصحافة، ويصدر بهذا التحديد قرار من المجلس.

(الباب الثالث)

الصحف القومية

الفصل الأول

الملكية:

مادة ٣٢- مع مراعاة حكم المادة (٥٥) من قانون الصحافة، تنشأ المؤسسة الصحفية بقرار من مجلس الشورى بعد أخذ رأي المجلس، وينشر هذا القرار في الجريدة الرسمية.

مادة ٣٣- يحدد القرار الصادر بإنشاء المؤسسة القومية اسمها ومقرها الرئيسي وما لها من أفرع والأغراض التي تنشأ من أجلها والصحف التي تصدر عنها ورأس المال المخصص لها، كما يتضمن القرار اختيار رئيس وأعضاء مجلس إدارة مؤقتين لاتخاذ الإجراءات وتنفيذ الأعمال اللازمة لتأسيس المؤسسة الجديدة.

مادة ٣٤- يتولى المجلس وضع النظام الخاص بالمؤسسة الصحفية ولوائحها المؤقتة في إطار ما يقرره مجلس الشورى في قرار إنشائها وبناءً على ما يقترحه مجلس الإدارة المؤقت للمؤسسة مع مراعاة الأحكام المقررة في هذه اللائحة.

ويستمر العمل بالنظام واللوائح المؤقتة للمؤسسة حتى تضع السلطات المختصة نظامها ولوائحها بعد استكمال إجراءات تأسيسها.

مادة ٣٥- يسري توقيت السنة المالية بالمجلس على السنة المالية للمؤسسات الصحفية القومية إلا إذا وافق المجلس لأحدى المؤسسات على غير ذلك.

مادة ٣٦- يحيل رئيس المجلس تقارير الجهاز المركزي للمحاسبات مقرونة ببرد مجلس الإدارة المختص عليها وبرأي الجمعية العمومية في هذا الشأن إلى لجنة الشؤون المالية والإدارية والاقتصادية لتعد تقريراً عنها يعرض على المجلس لاتخاذ ما يراه.

مادة ٣٧- تضع لجنة الشئون المالية والإدارية والاقتصادية القواعد التي يجب على المؤسسات الصحفية القومية اتباعها لتأسيس الشركات المشار إليها في المادة (٥٩) من قانون الصحافة وكذلك القواعد التي تحكم مزاولة هذه المؤسسات لنشاط التصدير والاستيراد.

وتعرض هذه القواعد على المجلس لإقرارها.

مادة ٣٨- تعرض توصيات مجالس إدارات المؤسسات الصحفية القومية بشأن مد سن التقاعد للعاملين بها من صحفيين وإداريين وعمال من غير رؤساء مجالس الإدارات ورؤساء التحرير على لجنة شئون الصحافة والصحفيين لإعداد تقرير بشأنها يعرض على المجلس لاتخاذ ما يراه.

مادة ٣٩- يجوز لمن لم يقترح مجلس إدارة المؤسسة الصحفية القومية مد خدمته التظلم من ذلك كتابة لرئيس المجلس الأعلى للصحافة.

ويحيل الرئيس هذا التظلم إلى لجنة شئون الصحافة والصحفيين، لإعداد تقرير عنه لهيئة مكتب المجلس في أول اجتماع تالي لها، ولهيئة المكتب حفظ التظلم ويكون قرارها نهائياً، ولها أن تقرر عرضه على اللجنة العامة للنظر فيه إذا رأت أحقية المتظلم في تظلمه. ويصدر قرار المجلس بالبت في التظلم بصفة نهائية بأغلبية أعضائه.

الفصل الثاني

الجمعية العمومية - مجلس الإدارة- مجلس التحرير

أولاً- الجمعية العمومية:

مادة ٤٠- يشكل مكتب المجلس لجنة عليا للإشراف على انتخاب الأعضاء المنتخبين في الجمعيات العمومية، ومجالس الإدارة وتتولى هذه اللجنة الإشراف على عمليات الانتخاب كما تضع التعليمات اللازمة لتنظيمها.

وتعلن اللجنة عن فتح باب الترشيح وآخر موعد لقبول طلبات المرشحين وذلك خلال مدة لا تجاوز ثلاثة أيام من تاريخ فتح باب الترشيح.

وتقوم اللجنة بنشر كشف بأسماء المرشحين بتعليقه في أماكن ظاهرة بالمؤسسة مع تحديد غاية الموعد الذي تتلقى فيه ما يتقدم من طعون على طلبات الترشيح بما لا يجاوز ثلاثة أيام من انتهاء موعد قبول الطلبات.

وتتولى اللجنة فحص الطعون وتعلن نتيجة هذا الفحص في مدى ثلاثة أيام أخرى ثم تجرى الانتخابات بين المرشحين الذين لم تقدم ضدهم طعون أو لم تقبل الطعون الموجهة في ترشيحهم. وإذا لم يتبق من المرشحين سوى العدد المطلوب انتخابه تعلن اللجنة فوزهم بالتزكية. ويكون إعطاء الصوت بطريقة سرية على النموذج الذي تعده اللجنة والمختوم بخاتم المجلس.

وتتولى الانتخابات داخل كل مؤسسة لجنة فرعية يصدر بتشكيلها قرار من اللجنة العليا.

وتستمر عملية الانتخابات من التاسعة صباحًا حتى الخامسة مساءً.

وتتولى اللجنة الفرعية فرز الأصوات في حضور من يشاء من المرشحين وتعلن النتيجة وفقًا لأغلبية ما حصل عليه المرشحون ويكون ترتيب الأعضاء تنازليًا وفقًا لما حصل عليه كل منهم من أصوات.

مادة ٤١- تقدم الطعون المتعلقة بالانتخابات أو بإجراءاتها إلى اللجنة العليا خلال عشرة أيام من تاريخ إعلان النتيجة، وتفصل اللجنة في الطعون التي تقدم إليها خلال أسبوع على الأكثر ويكون قرارها نهائيًا.

مادة ٤٢- تمارس الجمعيات العمومية اختصاصاتها المحددة في المادة (٦٣) من قانون الصحافة.

ولرئيس المجلس أن يحيل إليها وكذلك لمجالس الإدارة أية مسألة لإبداء الرأي فيها.

مادة ٤٣- يتولى رئاسة الجمعية العمومية في كل مؤسسة صحفية رئيس مجلس إدارتها ويتولى أمانة السر أمين سر تنتخبه الجمعية العمومية في أول اجتماع لها من بين أعضائها.

ويحضر اجتماعات الجمعية:

(أ) أعضاء مجلس إدارة المؤسسة.

(ب) مندوب من المجلس الأعلى للصحافة.

(ج) مندوب من الجهاز المركزي للمحاسبات يندبه رئيس الجهاز.

(د) المستشار القانوني للمؤسسة ومراقب حساباتها.

ولهؤلاء أن يشتركوا في مناقشة ما يعرض على الجمعية من أمور دون أن يكون لهم حق المشاركة في التصويت.

مادة ٤٤- تنعقد الجمعية العمومية للمؤسسة الصحفية بناءً على دعوة من رئيسها ويكون اجتماعها مرة كل عام في اجتماع عادي.

ويجوز لثلث أعضاء الجمعية أو مجلس المؤسسة طلب عقد اجتماع غير عادي، وفي جميع الأحوال لا تنعقد الجمعية إلا بدعوة من رئيسها.

مادة ٤٥- تحرر محاضر لاجتماعات الجمعية العمومية وتثبت هذه المحاضر في سجل خاص يوقعه رئيس الجمعية وأمين سرها ويبلغ رئيس الجمعية قراراتها إلى رئيس المجلس كما يوافق به بصورة من محاضر اجتماعاتها.

ثانيًا- مجالس الإدارة:

مادة ٤٦-مجلس إدارة المؤسسة الصحفية هو السلطة المهيمنة على شئونها وتصريف أمورها وإدارة وتنفيذ الأعمال والأنشطة التي تتولاها وله في سبيل أداء مهمته اتخاذ القرارات المناسبة.

مادة ٤٧-يتألف مجلس الإدارة بالتشكيل الذي حدده المادة (٦٤) من قانون الصحافة ويكون انتخاب الأعضاء الذين يجري انتخابهم من بين العاملين بالمؤسسة بذات الإجراءات التي حددتها المادتان (٤٠، ٤١) من هذه اللائحة.

مادة ٤٨- ينعقد مجلس الإدارة بدعوة من رئيسه مرة كل شهر على الأقل ويدعى للانعقاد كذلك كلما طلب ذلك ثلث أعضائه.

ويبلغ رئيس مجلس الإدارة المجلس الأعلى للصحافة بصورة من محاضر الجلسات وقراراته.

مادة ٤٩- يعد رئيس مجلس الإدارة تقريرًا سنويًا عن أنشطة المؤسسة وفروعها ويرفق به تقرير مراقب الحسابات وتقرير الجهاز المركزي للمحاسبات ورد المؤسسة عليهما وذلك للعرض على مجلس الإدارة قبل عرضهما على الجمعية العمومية ثم إبلاغ المجلس الأعلى للصحافة بما يتقرر في ذلك.

مادة ٥٠- يمارس مجلس الإدارة صلاحيته على النحو المبين في القانون ويدخل في اختصاصاته ما يأتي:

(أ) وضع السياسة العامة للمؤسسة.

(ب) إدارة أموال المؤسسة ووضع خططها الاستثمارية.

(ج) اتخاذ القرارات والإجراءات وإصدار اللوائح الخاصة بشئون العمل والعاملين بالمؤسسة

وتبليغها إلى المجلس الأعلى للصحافة وكذلك تبليغه مشروع موازنة المؤسسة وحساباتها الختامية.

(د) النظر فيما يعرضه رئيس مجلس الإدارة وما يحال إليه من مجلس التحرير أو الجمعية العمومية وكذلك ما يطلب المجلس الأعلى للصحافة إبداء الرأي فيه.

(هـ) متابعة نشاط المؤسسة بصورة دورية.

وتسجل محاضر اجتماعات مجلس الإدارة وتدرج في سجل خاص يوقعه رئيس مجلس الإدارة ومن يختاره المجلس من بين أعضائه للإشراف على الأمانة العامة.

ثالثاً- مجالس التحرير:

مادة ٥١- مجلس تحرير الصحيفة هو المجلس الذي يقوم على شئون تحرير الصحيفة في حدود السياسة العامة لها، ويتولى متابعتها بما يحققها في كفاءة كما يقوم على تنفيذها رئيس التحرير ومعاونيه.

مادة ٥٢- يتألف مجلس الصحيفة من رئيس التحرير رئيساً وممن يلونه في المسؤولية عن التحرير طبقاً لقرارات مجلس الإدارة على ألا يقل عددهم عن خمسة.

مادة ٥٣- يختص مجلس التحرير بما يلي:

وضع سياسة التحرير في إطار السياسة العامة التي يقررها مجلس إدارة المؤسسة، ويكون تنفيذ هذه السياسة من اختصاص رئيس التحرير ومعاونيه وتحت إشراف رئيس التحرير.

متابعة تنفيذ سياسة التحرير في اجتماعات دورية.

ميثاق الشرف الصحفي

المجلس الأعلى للصحافة

قرار رقم ٤ لسنة ١٩٩٨

إعمالاً للفقرة العاشرة من المادة رقم (٧٠) من القانون رقم ٩٦ لسنة ١٩٩٦ بشأن تنظيم الصحافة والتي تنص على أن من اختصاصات المجلس الأعلى للصحافة إصدار ميثاق الشرف الصحفي الذي تعده نقابة الصحفيين:

وافق المجلس الأعلى للصحافة بجلسته المنعقدة في ٢٦ / ٣ / ١٩٩٨ على إصدار ميثاق الشرف الصحفي

- المرفق- الذي أعدته نقابة الصحفيين.

تحريراً في ٢٦ / ٣ / ١٩٩٨

رئيس المجلس

دكتور/ مصطفى كمال حلمي

ميثاق الشرف الصحفي

الذي وافق المجلس الأعلى للصحافة على إصداره

بتاريخ ٢٦ / ٣ / ١٩٩٨

نحن الصحفيون المصريون أسرة مهنية واحدة، تستمد كرامتها من ارتباطها بضمير الشعب، وتكتسب شرفها للحقيقة، وتمسكها بالقيم الوطنية والأخلاقية للمجتمع المصري.

وتأكيداً لدور الصحافة المصرية الرائد على امتداد تاريخنا الحديث، في الدفع عن حرية

الوطن واستقلاله وسيادته، والذود عن حقوقه ومصالحه وأهدافه العليا، والإسهام في حماية مكتسبات الشعب وحرياته العامة، وفي مقدمتها حرية الصحافة والرأي والتعبير والنشر.

وإيماناً منا، بأن تعزيز هذه الحريات وصيانتها، ضمانة لا غنى عنها لدفع المسار الديمقراطي، الذي يتأكد به سلامة البناء الوطني، وتحقيق من خلاله كافة أشكال التطور السياسي والاقتصادي والاجتماعي في بلادنا.

واتساقاً مع مبادئ الدستور ونصوصه التي كفلت للصحافة والصحفيين أداء رسالتهم بحرية وفي استقلال، تعبيراً عن اتجاهات الرأي العام في إطار المقومات الأساسية للمجتمع.

وارتباطاً بالأهداف والحقوق والالتزامات السامية، لرسالة الصحافة، التي تضمنتها المواثيق الدولية وعلى وجه الخصوص المادة (١٩) من الإعلان العالمي لحقوق الإنسان واعترافاً بحق القارئ، في صحافة موضوعية، تعكس بأمانة وصدق نبض الواقع، وحركة الأحداث، وتعدد لآراء، وتصور حق كل مواطن في التعقيب على ما ينشره الصحفي وعدم استغلاله في التشهير أو الابتزاز أو الافتراء أو الإساءة الشخصية.

وإدراكاً منا، لواجبات الزمالة، وما تحتّمه من علاقات مهنية نزيهة، تحفظ لكل صاحب حق حقه دون ضغط أو إكراه أو تمييز أو تجريح بين أفراد الأسرة الواحدة رؤساء كانوا أم رؤوسين.

نعلن التزامنا بهذا الميثاق، ونتعهد باحترامه وتطبيقه نصاً وروحاً، في كل ما يتصل بعلاقتنا بالآخرين وفيما بيننا.

أولاً- مبادئ عامة:

١. حرية الصحافة من حرية الوطن، والتزام الصحفيين بالدفاع عن حرية الصحافة، واستقلالها عن كل مصادر الوصاية والرقابة والتوجيه والاحتواء واجب وطني ومهني مقدس.

٢. الحرية أساس المسؤولية، والصحافة الحرة هي الجديرة وحدها، بحمل مسؤولية الكلمة، وعبء توجيه الرأي العام على أسس حقيقية.

٣. حق المواطنين في المعرفة هو جوهر العمل الصحفي وغايته، وهو ما يستوجب ضمان التدقيق الحر للمعلومات، وتمكين الصحفيين من الحصول عليها من مصادرها، وإسقاط أي قيود تحول دون نشرها والتعليق عليها.

٤. الصحافة رسالة حوار ومشاركة، وعلى الصحفيين واجب المحافظة على أصول الحوار وآدابه، ومراعاة حق القارئ في التعقيب والرد والتصحيح، وحق عامة المواطنين في حرمة حياتهم الخاصة وكرامتهم الإنسانية.

٥. للصحافة مسؤولية خاصة تجاه صيانة الآداب العامة وحقوق الإنسان والمرأة، والأسرة والطفولة والأقليات، والملكية الفكرية للغير.

٦. شرف المهنة وآدابها وأسرارها، أمانة في عنق الصحفيين، وعليهم التقيد بواجبات الزمالة في معالجة الخلافات التي تنشأ بينهم أثناء العمل أو بسببه.

٧. نقابة الصحفيين هي الإطار الشرعي الذي تتوحد فيه الصحفيين دفاعاً عن المهنة وحقوقها، وهي المجال الطبيعي لتسوية المنازعات بين أعضائها وتأمين حقوقهم المشروعة.

وتضع النقابة ضمن أولوياتها العمل على مراعاة الالتزام بتقاليد المهنة وآدابها ومبادئها، وإعمال ميثاق الشرف الصحفي، ومحاسبة الخارجين عليه طبقاً للإجراءات المحددة المنصوص عليها في قانون النقابة وقانون تنظيم الصحافة.

ثانيًا- الالتزامات والحقوق:

يلتزم الصحفي بالواجبات المهنية التالية:

١. الالتزام فيما ينشره بمقتضيات الشرف والأمانة والصدق بما يحفظ للمجتمع مثله وقيمه، وبما لا ينتهك حقًا من حقوق المواطنين، أو يمس إحدى حرياته.
٢. الالتزام بعدم الانحياز في كتاباته إلى الدعوات العنصرية أو المتعصبة أو المنطوية على امتهان الأديان أو الدعوة إلى كراهيتها، أو الطعن في إيمان الآخرين، أو تلك الداعية إلى التمييز أو الاحتقار لأي من طوائف المجتمع.
٣. الالتزام بعدم نشر الوقائع مشوهة أو مبتورة، وعدم تصويرها أو اختلاقتها على نحو غير أمين.
٤. الالتزام بتحري الدقة في توثيق المعلومات، ونسبة الأقوال والأفعال إلى مصادر معلومة كلما كان ذلك متاحًا أو ممكنًا طبقًا للأصول لمهنية السليمة التي تراعي حسن النية.
٥. الالتزام بعدم استخدام وسائل النشر الصحفي في اتهام المواطنين بغير سند، أو في استغلال حياتهم الخاصة للتشهير بهم أو تشويه سمعتهم أو لتحقيق منافع شخصية من أي نوع.
٦. كل خطأ في نشر المعلومات يلتزم ناشره بتصحيحه فور اطلاعه على الحقيقة وحق الرد والتصحيح مكفول لكل من يتناولهم الصحفي، على ألا يتجاوز ذلك الرد أو التصحيح حدود الموضوع، وألا ينطوي على جريمة يعاقب عليها القانون، أو مخالفة للآداب العامة، مع الاعتراف بحق الصحفي في التعقيب.
٧. لا يجوز للصحفي العمل في جلب الإعلانات أو تحريرها، ولا يجوز له الحصول

على أي مكافأة أو ميزة مباشرة أو غير مباشرة عن مراجعة أو تحرير نشر الإعلانات،
وليس له أن يوقع باسمه مادة إعلانية.

٨. لا يجوز نشر أي إعلان تتعارض مادته مع قيم المجتمع ومبادئه وآدابه العامة، أو مع رسالة الصحافة، ويلتزم المسئولون عن النشر بالفصل الواضح بين المواد التحريرية والإعلانية، وعدم تجاوز النسبة المتعارف عليها دوليًا للمساحة الإعلانية في الصحيفة على حساب المادة التحريرية.

٩. يحظر على الصحفي استغلال مهنته في الحصول على هبات أو إعانات أو مزايا خاصة من جهات أجنبية أو محلية بطريقة مباشرة أو غير مباشرة.

١٠. يمتنع الصحفي عن تناول ما تتولاه سلطات التحقيق أو المحاكمة في الدعاوى الجنائية أو المدنية، بطريقة تستهدف التأثير على صالح التحقيق أو سير المحاكمة، ويلتزم الصحفي بعدم إبراز أخبار الجريمة وعدم نشر أسماء وصور المتهمين أو المحكوم عليهم في جرائم الأحداث.

١١. احترام حق المؤلف واجب عند اقتباس أي أثر من آثاره ونشره.

١٢. الصحفيون مسئولون مسئولية فردية وجماعية رؤساء كانوا أو رؤوسين عن الحفاظ على كرامة المهنة وأسرارها ومصداقيتها، وهم ملتزمون بعدم التستر على الذين يسيئون إلى المهنة أو الذين يخضعون أقلامهم للمنفعة الشخصية.

١٣. يمتنع الصحفيون في علاقاتهم عن كافة أشكال التجريح الشخصي، والإساءة المادية أو المعنوية، بما في ذلك استغلال السلطة أو النفوذ في إهدار الحقوق الثابتة لزملائهم، أو مخالفة الضمير المهني.

١٤. يلتزم الصحفيون بواجب التضامن دفاعًا عن مصالحهم المهنية المشروعة، وعما تقرره لهم القوانين من حقوق ومكتسبات.

ويتمسك الصحفي بما يلي من حقوق باعتبارها التزامات واجبة الاحترام من الأطراف الأخرى

تجاهه :

١. لا يجوز أن يكون الرأي الذي يصدر عن الصحفي أو المعلومات الصحيحة التي ينشرها سبباً للمساس بأمنه كما لا يجوز إجباره على إفشاء مصادر معلوماته وذلك كله في حدود القانون.
٢. لا يجوز تهديد الصحفي، أو ابتزازه بأي طريقة، في سبيل نشر ما يتعارض مع ضميره المهني، أو لتحقيق مآرب خاصة بأي جهة أو لأي شخص.
٣. للصحفي الحق في الحصول على المعلومات والأخبار من مصادرها والحق في تلقي الإجابة عما يستفسر عنه من معلومات وإحصائيات وأخبار وحقه في الاطلاع على كافة الوثائق الرسمية غير المحظورة.
٤. لا يجوز حرمان الصحفي من أداء عمله أو من الكتابة دون وجه حق، أو نقله إلى عمل غير صحفي، أو داخل المنشأة الصحفية التي يعمل بها، بما يؤثر على أي من حقوقه المادية والأدبية المكتسبة.
٥. لا يجوز منع الصحفي من حضور الاجتماعات العامة والجلسات المفتوحة ما لم تكن مغلقة أو سرية بحكم القانون.
٦. عدم التسامح في جريمة إهانة الصحفي أو الاعتداء عليه بسبب عمله، باعتبارها عدواناً على حرية الصحافة وحق المواطنين في المعرفة.
٧. ضمان أمن الصحفي وتوفير الحماية اللازمة له أثناء قيامه بعمله في مواقع الأحداث ومناطق الكوارث والحروب.
٨. حق الكشف عن الذين يدخلون على الصحفي الغش في الأنباء والمعلومات، ومن ينكرون ما أدلوا به ليتحملوا المسؤولية عن ذلك.

ثالثاً - إجراءات تنفيذية:

انطلاقاً من الإدارة الحرة التي أملت على الصحفيين المصريين إصدار ميثاق للشرف الصحفي، ووفاء وتمسكاً منهم بكل ما يرتبه من التزامات وحقوق متكافئة- نتعهد باعتبار أحكام هذا الميثاق بمثابة دستور أخلاقي للأداء الصحفي والسلوك المهني المستلزم.

وتنفيذاً لكل ذلك نقرر:

١- كل مخالفة لأحكام هذا الميثاق تعد انتهاكاً لشرف مهنة الصحافة وإخلالاً بالواجبات المنصوص عليها في قانون نقابة الصحفيين رقم ٧٦ لسنة ١٩٠ وقانون تنظيم الصحافة رقم ٩٦ لسنة ١٩٩٦.

٢- يتولى مجلس نقابة الصحفيين النظر في الشكاوى التي ترد إليه بشأن مخالفة الصحفيين لميثاق الشرف الصحفي أو الواجبات المنصوص عليها في قانون النقابة أو قانون تنظيم الصحافة ويطبق في شأنها الإجراءات والأحكام الخاصة بالتأديب المنصوص عليها في المواد (من ٧٥ إلى ٨ من قانون النقابة).

٣- يحيل نقيب الصحفيين بعد العرض على مجلس النقابة الصحفي الذي ينسب إليه مخالفة تأديبية إلى لجنة التحقيق المنصوص عليها في المادة (٨٠) من قانون النقابة بتشكيلها الوارد في المادة (٣٦) من قانون تنظيم الصحافة على أن تنتهي اللجنة من إجراء التحقيق خلال ثلاثين يوماً ولها أن تستأذن مجلس النقابة إذا رأت حاجة التحقيق إلى مدة أطول.

٤- تتشكل هيئة التأديب الابتدائية على النحو الوارد بالمادة (٣٧) من قانون تنظيم الصحافة ويتولى رئيس لجنة التحقيق توجيه الاتهام أمامها إلى من تتوافر في حقه أدلة كافية على ارتكاب المخالفة.

٥- للهيئة التأديبية الابتدائية أن توقع على من ثبت مخالفته لأحكام القانون أو ميثاق الشرف الصحفي إحدى العقوبات التأديبية التالية:

(أ) الإنذار.

(ب) الغرامة.

(ج) المنع من مزاولة المهنة مدة لا تتجاوز سنة.

(د) شطب الاسم من جدول النقابة.

٦- تستأنف قرارات هيئة التأديب الابتدائية أمام هيئة التأديب الاستئنافية المنصوص عليها في المادة (٨٢) من قانون النقابة ويرفع الاستئناف خلال ١٥ يومًا من تاريخ إبلاغ الصحفي بقرار هيئة التأديب الابتدائية.

٧- يلتزم مجلس نقابة الصحفيين بتسليم جميع أعضاء النقابة المقيدين بجدولي المشتغلين وتحت التمرين صورة من الميثاق كما يلتزم بتسليم صورة منه إلى كل من تقبل أوراق قيده مستقبلاً في النقابة.

ميثاق شرف الإعلان الصحفي

الذي وافق عليه المجلس الأعلى للصحافة ٢٤-٤-٢٠٠٥م

إن هذا الميثاق يمثل الضوابط المهنية والأخلاقية للإعلان الصحفي وينبع التزام ذاتي من أصحاب المهنة على أن يتمسك القائمون على شئون النشر الصحفي بهذا الميثاق نصًا وروحًا لحماية المواطنين من صور الإثارة والغش والتضليل في الإعلام.

الضوابط:

١. يراعى عدم نشر أي إعلان تتعارض مادته مع قيم المجتمع وأسس ومبادئه أو الوحدة الوطنية أو آدابه العامة أو مع رسالة الصحافة وأهدافها كما يجب مراعاة ألا يكون الإعلان خادعًا أو غير صادق وألا ينطوي على المساس بمشاعر الأفراد أو خدش لحياتهم سواء من حيث مضمونه أو طريقة عرضه، وتخضع الإعلانات الأجنبية لذات الضوابط.
٢. خضوع نشر الإعلان كأصل عام ذات القواعد المهنية التي تسري على المواد التحريرية كما يحددها الدستور والقانون وميثاق الشرف الصحفي.
٣. عدم الخلط بين المواد الإعلانية والتحريرية ومراعاة التمييز الواضح بين الإعلان والتحرير وأن يكون ذلك برموز واضحة أو مسميات مباشرة.
٤. ألا يقوم الصحفيون بمهمة جلب الإعلان أو أن يحصلوا على أية مزايا مباشرة أو غير مباشرة عن نشر الإعلانات بأية صفة.
٥. عدم تعارض المادة الإعلانية مع مقتضيات المنافسة المشروعة وحماية المستهلك وحقوق المواطنين.
٦. في حالة عدم إشارة الإعلان إلى أكثر من منتج أو أكثر من شكل للمنتج الواحد

يجب أن يكون واضحًا أي منتج أو شكل يرجع إليه السعر المنوه عنه في الإعلان وذلك في إطار العرض الصادق للأسعار.

٧. إذا كان الإعلان عن المنتج مزودًا بالرسم التوضيحي بالإضافة إلى كتابة سعره يجب تضمين الإعلان أن ما هو موضح به يمكن شراؤه بالسعر المعلن.

٨. عند الإشارة في الإعلان صراحة أو ضمناً إلى مزايا عن المنتجات الأخرى يجب توخي الدقة في البيانات والمعلومات بالإضافة إلى عدم تعمد إلحاق الضرر بالمنتجات الأخرى بالاستناد إلى عناصر غير موضوعية أو مزعومة.

٩. يجب أن يكون الإعلان المتعلق بوجود ضمانات للخدمة أو السلعة صريحًا وواضحًا ويتضمن معلومات كافية للإفصاح عنها.

١٠. يجب ألا يعرض الإعلان استخدامات غير آمنة للمنتجات المعلن عنها بدعوى أن المنتج غير تقليدي أو لاستغلال حب استطلاع القارئ، كما يجب ألا تحتوي الإعلانات على أي شيء يمكن أن يسيء إلى المستهلكين من الناحية البدنية أو العقلية أو الخلقية.

١١. يجب ألا يسيء الإعلان استخدام الطفل أو استغلال براءته أو قلة خبرته أو تأثره السريع بالمادة الإعلانية.

١٢. يجب ألا يسيء الإعلان إلى المرأة أو إظهارها بصورة تقلل من شأنها.

١٣. الالتزام بعدم نشر إعلان عن السجائر ومنتجات التبغ والخمور.

١٤. الالتزام بعدم نشر أية إعلانات عن المواد الغذائية والمستحضرات الطبية والمكملات الغذائية ومستحضرات التجميل والمؤسسات العلاجية أو ما يشابهها إلا بعد تقديم المعلن ما يفيد الحصول على تصريح من وزارتي الصحة والتموين.

١٥. يراعى عدم الإعلان عن أية مواد إعلانية يمكن أن تؤدي إلى الإضرار بالبيئة.
١٦. يراعى عدم الإعلان عن أية جاهزة تنتهك خصوصية المواطن وتخرقها.
١٧. يجب عدم نشر إعلانات من شأنها تسهيل الاستيلاء على أموال المواطنين مثل الإعلان عن توظيف الأموال، كما يجب عدم نشر إعلانات عن المشروعات الإسكانية والعقارية وغيرها من المشروعات وكذلك مؤسسات توظيف العمالة في الداخل والخارج إلا بعد الإشارة إلى موافقات وتراخيص الجهات الرسمية المعنية.
١٨. يجب التقيد بالأحكام القانونية التي تقضي بحظر الإعلان عن سلعة أو خدمة معينة أو تضع شروطاً لهذا الإعلان.
١٩. يجب أن يراعى في الإعلان الالتزام باحترام قواعد اللغة العربية وعدم الهبوط بأساليبها.
٢٠. يتابع المجلس الأعلى للصحافة التزام الصحف بهذه الضوابط وتتولى نقابة الصحفيين متابعة التزام الصحفيين بها كما تتولى الجهتان مساءلة كل من يخرج على هذه الضوابط في إطار اختصاص كل منهما.

إعلان صادر عن المجلس الأعلى للصحافة

في شأن مبادئ وقيم التغطية الصحفية للانتخابات الرئاسية (١٩-٧-٢٠٠٥م)

إن المجلس الأعلى للصحافة باعتباره هيئة مستقلة، تقوم على شئون الصحافة بما يحقق حريتها واستقلالها وقيامها بممارسة سلطاتها في إطار المقومات الأساسية للمجتمع، وبما يضم في عضويته من القيادات التي تمثل جميع أطراف الصحافة المصرية، بالإضافة إلى شخصيات عامة تعبر عن مختلف اتجاهات الرأي العام، يؤكد حق المواطنين في صحافة وطنية حرة تكفل تعدد الآراء وتدفق المعلومات الصحيحة والدقيقة التي يجب توافرها عن المرشحين من خلال عرض برامجهم المختلفة دون تقييد أو حظر طالما هي متفقة مع الدستور والقانون.

وانطلاقاً من التعديل الدستوري الذي يكفل انتخاب رئيس الجمهورية بالاقتراع السري المباشر بين أكثر من مرشح -وهو الأمر الذي يفرض واقعاً جديداً على الصحافة المصرية، ويعكس آثاره على مختلف جوانب العمل الإعلامي لهذه الانتخابات الرئاسية غير المسبوقه- فقد استثمر المجلس الأعلى للصحافة ضرورة أن يصدر عنه إعلان يدعو فيه الجماعة الصحفية إلى الاتفاق على مجموعة من المبادئ التي تضمن سلامة الأداء في المجتمع المصري، والتزاماً بما جاء في الدستور بشأن سلطة الصحافة، وتأكيداً للدور الرائد للصحافة المصرية في حماية الحريات العامة وفي مقدمتها حرية الصحافة والرأي والتعبير والنشر تمسكاً بما جاء في الدستور وقانون تنظيم الصحافة، وإدراكاً من المجلس الأعلى للصحافة لحق المواطنين في معالجة صحفية موضوعية للانتخابات الرئاسية، تعكس بصدق وتجرد تعدد الآراء وتنوع الاتجاهات مع الالتزام بأخلاقيات الصحافة وأدابها وحريتها المسئولة في خدمة المجتمع من أجل أن تتحقق الحيدة، وتثبت أركان الممارسة وقيم العدل في انتخابات هي الأولى في تاريخ الوطن.

من أجل ذلك رأى المجلس الأعلى للصحافة إصدار هذا الإعلان تأكيداً على الالتزام الذاتي من قبل الأسرة الصحفية بميثاق الشرف الصحفي الذي ارتضته تعبيراً وتمسكاً وإعلاءً لقيم أصلية أكد عليها الدستور الذي وضع الصحافة في المكان اللائق باعتبارها تمثل سلطة الشعب، فذلك كله يفرض الالتزام بالمبادئ الآتية:

أولاً: الحرص على تحقيق أكبر قدر من الموضوعية في التغطية الصحفية بين المرشحين لمنصب الرئاسة مع الالتزام الأدبي بتخصيص مساحات لتغطية البرامج والمؤتمرات لكافة المرشحين، إلى جانب الالتزام بتطبيق حق الرد والتصحيح تطبيقاً لأحكام القانون، وعدم تأخير نشر التصحيح بما يضر بمصلحة المرشحين.

ثانياً: الالتزام بنشر الأخبار الصحيحة حول الانتخابات وعدم الطعن في سلوك أحد المرشحين بقصد التأثير في نتيجة الانتخابات.

ثالثاً: الالتزام بالمحافظة على الوحدة الوطنية والامتناع عن استخدام الشعارات الدينية وعدم الترويج لاستخدام العنف أو التهديد باستخدامه في العملية الانتخابية.

رابعاً: عدم استغلال استطلاعات الرأي العام حول الانتخابات في التأثير على المواطنين، والالتزام بما ورد بشأن هذه الاستطلاعات في المادة ٢٣ من القانون رقم ١٧٤ لسنة ٢٠٠٥ الخاص بتنظيم الانتخابات الرئاسية

خامساً: مراعاة الصدق والدقة فيما يقدم من مواد وتقارير صحفية عن الانتخابات.. وتوخي الإنصاف والتوازن وتجنب التحريف أو التشويه أو ذكر أنصاف الحقائق في التغطية الصحفية الانتخابية.

سادساً: التمييز بين المادة الإعلانية والمادة التحريرية في الإعلان الصحفي عن الانتخابات، وذلك برموز واضحة أو بمسميات مباشرة خاصة في الإعلانات التحريرية... على ألا يتضمن الإعلان أية إساءة إلى المرشحين الآخرين والتأكيد على امتناع الصحفي عن جلب الإعلانات بصفة عامة والإعلانات المتعلقة بالانتخابات بصفة خاصة.

سابعًا: التمييز بوضوح بين ما هو خبر أو وقائع وبين ما هو رأي أو استنتاجات، وذلك التزامًا بالتقاليد الصحفية التي تمنع خلط الرأي بالخبر.

ثامنًا: التأكيد على حق الصحفي في الحصول على المعلومات عن العملية الانتخابية، وعدم وضع أية قيود أو عوائق تحول دون تأدية الصحفي عمله في تغطية الأنشطة الانتخابية لأي من المرشحين.

تاسعًا: تأكيد الاحترام المتبادل بين الزملاء الصحفيين، برغم اختلاف مواقفهم السياسية وانتماءاتهم الحزبية، والارتقاء بلغة الحوار والامتناع عن استخدام أية أساليب تؤدي إلى تشويه صورة الأسرة الصحفية أمام أبناء الوطن.

قرار مجلس أمناء اتحاد الإذاعة والتلفزيون رقم ٦٠٤ لسنة ٢٠٠٥م

بشأن المبادئ والمعايير الموحدة للمعالجة الإعلامية للانتخابات الرئاسية والبرلمانية

للإعلام المرئي والمسموع

(٢٠٠٥-٨-١٤)

أ- الضوابط والمعايير:

أولاً: التعريف بمرشحي الرئاسة وبرامجهم بشكل عادل ومتساوٍ بحيدة كاملة.

ثانياً: القيام بدور نشط في التثقيف السياسي والانتخابي بما يحقق المشاركة الإيجابية الواعية في الانتخابات.

ثالثاً: عدم السماح لجماعات الضغط - باختلاف إمكاناتها وأنشطتها- بالتأثير في التغطية الإعلامية للانتخابات بما يخل بمبدأ تكافؤ الفرص.

رابعاً: عدم السماح بإذاعة ما يمس سمعة المرشحين أو ينتهك حرمة حياتهم الخاصة.

خامساً: التأكيد على احترام الوحدة الوطنية وقيم المجتمع المصري.

سادساً: التمييز بين ما يتيح حق إبداء الرأي وبين الأخبار المدققة والتي تنسب إلى مصادرها.

سابعاً: التمييز بين الإعلام والإعلان، والحرص على تحقيق الشفافية والعدالة بين المرشحين في المواد الإعلامية مدفوعة الأجر.

ثامناً: الالتزام بالمواعيد المحددة للحملة الانتخابية في إطار القانون رقم ١٧٤ لسنة ٢٠٠٥ للدعاية الانتخابية في الإذاعة والتلفزيون.

تاسعًا: تقديم المعلومات الكاملة (عند إذاعة استطلاعات الرأي الخاصة بانتخابات الرئاسة) عن الجهة التي قامت بالاستطلاع والجهة التي تموله، والأسئلة التي اشتمل عليها، وحجم العينة ومكانها، وأسلوب إجراءاته، وطريقة جمع بياناته، وتاريخ القيام به، ونسبة الخطأ المحتملة في نتائجه.

عاشرًا: إعلام جميع المرشحين بهذه المبادئ والمعايير للالتزام بها.

حادي عشر: تشكيل لجنة لرصد كل ما يذاع في فترة الانتخابات لتقييم التغطية الإعلامية والتأكد من مراعاتها للمبادئ والضوابط والمعايير المنصوص عليها وتصحيح أية مخالفات.

ب- المبادئ التي تحكم الخريطة البرامجية أثناء الانتخابات:

أولًا: ضمان الحيادة والشفافية في الخريطة البرامجية في الإذاعة والتلفزيون بحيث لا يتم تقديم مواد في القنوات والإذاعات المختلفة يمكن أن تمثل دعاية انتخابية أو سلبية، مباشرة أو غير مباشرة كالأفلام والمسرحيات والأغاني وغيرها.

تقرير الممارسة الصحفية حول التغطية الصحفية للانتخابات الرئاسية والبرلمانية (٢٠٠٥)

إعداد: لجنة تقرير الممارسة الصحفية (٢٠٠٥م)

استهدفت هذه التقارير رصد وتحليل التغطية الصحفية للانتخابات الرئاسية والبرلمانية، وكذلك استخلاص المؤشرات والنتائج التي أسفر عنها تطبيق إعلان مبادئ وقيم التغطية الصحفية للانتخابات الرئاسية والبرلمانية الصادر عن المجلس الأعلى للصحافة بجلسته بتاريخ ١٩-٧-٢٠٠٥ والذي يعد إدراكاً من المجلس الأعلى للصحافة بحق المواطنين في معالجة صحفية موضوعية للانتخابات الرئاسية والبرلمانية.

وقد ضم الإعلان المبادئ التسعة التالية:

١. الحرص على تحقيق أكبر قدر من الموضوعية في التغطية الصحفية بين المرشحين لمنصب الرئاسة مع الالتزام الأدبي بتخصيص مساحات لتغطية البرامج والمؤتمرات لكافة المرشحين، إلى جانب الالتزام بتطبيق حق الرد والتصحيح تطبيقاً لأحكام القانون، وعدم تأخير نشر التصحيح بما يضر بمصلحة المرشحين.
٢. الالتزام بنشر الأخبار الصحيحة حول الانتخابات وعدم الطعن في سلوك أحد المرشحين بقصد التأثير في نتيجة الانتخابات.
٣. الالتزام بالمحافظة على الوحدة الوطنية والامتناع عن استخدام الشعارات الدينية وعدم الترويج لاستخدام العنف أو التهديد باستخدامه في العملية الانتخابية.
٤. عدم استغلال استطلاعات الرأي العام حول الانتخابات في التأثير على المواطنين، والالتزام بما ورد بشأن هذه الاستطلاعات في المادة ٢٣ من القانون رقم ١٧٤ لسنة ٢٠٠٥ الخاص بتنظيم الانتخابات الرئاسية.

٥. مراعاة الصدق والدقة فيما يقدم من مواد وتقارير صحفية عن الانتخابات.. وتوخي الإنصاف والتوازن وتجنب التحريف أو التشويه أو ذكر أنصاف الحقائق في التغطية الصحفية الانتخابية.
٦. التمييز بين المادة الإعلانية والمادة التحريرية في الإعلان الصحفي عن الانتخابات، وذلك برموز واضحة أو بمسميات مباشرة خاصة في الإعلانات التحريرية... على ألا يتضمن الإعلان أية إساءة إلى المرشحين الآخرين والتأكيد على امتناع الصحفي عن جلب الإعلانات بصفة عامة والإعلانات المتعلقة بالانتخابات بصفة خاصة.
٧. التمييز بوضوح بين ما هو خبر أو وقائع وبين ما هو رأي أو استنتاجات، وذلك التزامًا بالتقاليد الصحفية التي تمنع خلط الرأي بالخبر.
٨. التأكيد على حق الصحفي في الحصول على المعلومات عن العملية الانتخابية، وعدم وضع أية قيود أو عوائق تحول دون تأدية الصحفي عمله في تغطية الأنشطة الانتخابية لأي من المرشحين.
٩. تأكيد الاحترام المتبادل بين الزملاء الصحفيين، برغم اختلاف مواقفهم السياسية وانتماءاتهم الحزبية، والارتقاء بلغة الحوار والامتناع عن استخدام أية أساليب تؤدي إلى تشويه صورة الأسرة الصحفية أمام أبناء الوطن.

في شأن مبادئ وقيم التغطية الصحفية للانتخابات الرئاسية وهي فئات التحليل الآتية:

١. مراعاة الموضوعية من حيث أفراد مساحة متكافئة للمرشحين من حيث: مساحة المادة الصحفية، حجم عنوان المادة، مساحة الصور المرافقة للمادة، استخدام الألوان في العناوين والصور للمواد الصحفية: الأخبار، التحقيقات، لأحاديث الصحفية، المقالات (الافتتاحية - التحليل - الأعمدة الصحفية)، الكاريكاتير.
٢. نشر الأخبار الصحيحة وقيام الصحيفة من تلقاء نفسها بتصحيح بعض أو كل المواد الصحفية المنشورة.

٣. مراعاة الآداب العامة والذوق العام من حيث: عدم الطعن في أحد المرشحين أو نشر صور أو ألفاظ غير لائقة.
٤. احترام الحياة الخاصة للمرشحين.
٥. الحفاظ على الوحدة الوطنية بعدم نشر ما يتضمن تحريضاً أو يحس النسيج الوطني وتماسكه.
٦. الالتزام بعدم استخدام الشعارات الدينية.
٧. عدم الترويج للعنف أو التهديد به.
٨. مراعاة الدقة من حيث: اكتمال عناصر الخبر، استخدام الأرقام دون ذكر مصادرها.
٩. مراعاة عدم تعمد التحريف والتشويه.
١٠. تمييز المادة الإعلانية عن المادة التحريرية.
١١. مراعاة عدم استخدام الإعلان من أجل الإساءة لأحد المرشحين.
١٢. مراعاة عدم نشر أخبار مجهولة دون تحديد أسماء الفاعلين داخل النص الصحفي.
١٣. احترام حقوق الزمالة.
١٤. حق الصحفي في الحصول على المعلومات من خلال رصد أية مشاكل تذكرها الصحف في هذا الشأن.
١٥. مراعاة ضوابط نشر استطلاعات الرأي كما وردت في قانون الانتخابات الرئاسية.

وقد قامت مجموعة العمل بلجنة تقرير الممارسة الصحفية برصد وتحليل التغطية الصحفية للانتخابات الرئاسية اعتبارًا من يوم ١٧ أغسطس ٢٠٠٥م واستمرت ثلاثة أسابيع حتى نهاية يوم الأحد ٤ سبتمبر ٢٠٠٥م، وأعدت ثلاثة تقارير يغطي كل واحد منها أسبوعًا من الأسابيع الثلاثة التي استغرقتها التغطية الصحفية للانتخابات الرئاسية، أما تغطية الممارسة الصحفية للانتخابات البرلمانية فقد تم تنفيذها من خلال التقارير الشهرية التي تعدها لجنة تقرير الممارسة الصحفية. وبشكل عام كشفت تقارير الممارسة الصحفية بعض المؤشرات التالية حول الممارسة الصحفية في كل من الانتخابات الرئاسية والبرلمانية:

أولاً: الممارسة الصحفية للانتخابات الرئاسية:

١- إن الممارسة الصحفية قد مثلت استجابة ناضجة ومشجعة فيما يتعلق بالتعامل مع الحدث الانتخابي، وقد مثلت عملية الخروج عن قواعد الممارسة الصحفية المهنية الموضوعية الاستثناءات في هذا الصدد، فبينما سعت كل صحيفة وفق توجيهاتها إلى مناقشة وتحليل وطرح جوانب وأبعاد تخص الحدث وأطرافه، وبرغم ما ظلل هذه المعالجة من حدة في النقد أو الموالة أحيانًا لهذا المرشح أو ذاك، فإن حالات الخروج عن قواعد الممارسة الصحفية السليمة مثلت دومًا الاستثناء ودليل ذلك محدودية عدد الملاحظات التي تم رصدها في عموم الصحف المصرية.

وهذا الأمر مرجعه في رأينا أمران: أولهما موضوعية مؤشرات التحليل التي لم تنسق في اتجاه إدانة هذه الصحيفة أو تلك، فضلًا عن جدية والتزام غالبية عناصر المنظومة الصحفية من واقع الإحساس بالمسؤولية، وهذا الأمر يدفعنا نحو مزيد من الأمل في أن تنتعش الحالة الموضوعية للمعالجات الصحفية وأن تمثل نمطًا مستقرًا.

٢- يلفت الانتباه ندرة الملاحظات المتعلقة بعدم الطعن في أحد المرشحين واحترام الحياة الخاصة لهم، وهي إيجابية خاصة عندما يقارنها بما كان يتوقعه الكثيرون من تخوف أن توغل الصحف في هذا الاتجاه السلبي، سيما أن الفترة التي سبقت الحملة الانتخابية شهدت تراشقًا وتلاسنًا عنيفًا بين عدد من الكتاب والصحفيين رافق التغييرات الصحفية الأخيرة في المؤسسات الصحفية القومية.

٣- يلاحظ عدم التوازن في المساحات المخصصة للنشر عن المرشحين وبالذات في الصحف القومية، وهي ظاهرة كانت متوقعة، وحدث ما توقعه البعض ولكن جاء بنسبة أقل كثيرًا من هذا التوقع، وبرغم أن ذلك لا ينفي ظاهرة التحيز في المساحة وهو ما أثبتناه بالتفصيل في التقرير سواء بالنسبة للصحف القومية أو الحزبية أو الخاصة، إلا أن هناك أملًا في أن تتطور الممارسة في المستقبل بحيث تتراجع نسبة عدم التوازن في المساحة إلى أقل حيز ممكن.

٤- تكشف التقارير الأسبوعية الثلاثة عن مفاجأة حقيقية وهي قلة الملاحظات المتعلقة بالخلط بين التحرير والإعلان، وهي مفاجأة إذا ما استرجعنا نتائج كافة تقارير الممارسة الصحفية منذ بدأ إعدادها منذ شهر مارس عام ١٩٩٨م وحتى الآن، حيث شكلت الملاحظات الخاصة بالخلط بين التحرير والإعلان أكثر من نصف الملاحظات الشهرية على الممارسة الصحفية بكل التقارير.

بمعنى أن الالتزام بين التحرير والإعلان ممكن، وفي جميع أطياف الصحف المصرية.

٥- يلاحظ التوسع في عملية توظيف استطلاعات الرأي داخل الصحافة المصرية وعلينا أن نقول أن هذا الأمر كمبدأ أو قاعدة معرفية محمود وجدير بالاحتفاء به لكن وفق شروط تقلل من انحياز هذا المضمون والانحراف به عن أغراضه الفعلية.

إذ يبدو أن احتفاء الصحافة بلغة الأرقام واقتناع القائمين عليها بأنها أحد عناصر

مصادقية المضمون المقدم إلى القراء دفعهم للتوسع في استخدام استطلاعات الرأي لكن دون شروطها المعرفية والعملية المرافقة لها والتي تمثل ضوابط حاكمة لما تسفر عنه من نتائج تمنحها طابع الموضوعية.

٦- تلفت الانتباه قلة الملاحظات المتعلقة بالضوابط الخاصة بالمحافظة على الوحدة الوطنية والامتناع عن استخدام الشعارات الدينية وعدم الترويج لاستخدام العنف أو التهديد باستخدامه في العملية الانتخابية، والالتزام بتطبيق حق الرد والتصحيح وعدم تأخير نشر التصحيح بما يضر بمصلحة المرشحين، ومما يؤكد هذا الالتزام الأخير عدم ورود أية شكاوى للمجلس الأعلى للصحافة بعدم تطبيق حق الرد كما أنه لم ترفع أية دعاوى قضائية في هذا الشأن.

٧- إن المؤشرات التي أسفر عنها تطبيق ضوابط التغطية الصحفية للانتخابات الرئاسية يجب النظر إليها في سياق يعترف بأن هذه الانتخابات الرئاسية هي أول انتخابات تعددية على هذا المستوى في مصر، وقد مثلت واقعًا جديدًا في الممارسة السياسية وبالتالي فهي تمثل أيضًا واقعًا جديدًا في الممارسة الصحفية، ولم يسبق أن وجدت أنماط سابقة لهذه الممارسة أو قواعد مهنية مستقرة ترشد الأداء الصحفي وتوجهه، وكان لغياب هذه الأنماط والقواعد المهنية أثرًا واضحًا على ظهور العديد من الممارسات السلبية التي سبقت الإشارة إليها، ولم تخل منها صحيفة مصرية سواء كانت قومية أو حزبية أو خاصة.

ومن المهم الانتباه إلى أن التغطية الصحفية للانتخابات الرئاسية اصطدمت بأنماط وأساليب أداء مستقرة للصحافة شكلت تراثًا يصعب تجاهله وتمثل في ارتباط الصحف القومية، نتيجة نمط الملكية بالتوجيهات الرسمية، وتمثل في النظر إلى الصحف الحزبية باعتبارها أداة للدعاية السياسية للحزب الذي تصدر عنه، إضافة إلى حداثة تجربة الصحافة الخاصة في محاولة صنع صحافة مستقلة، وذلك كله يعوق عملية إحداث تغيير

جذري وفوري في أسلوب تعامل الصحف المصرية مع مثل هذه الانتخابات الرئاسية التعددية، فالأمر يحتاج إلي صبر ووقت ورغبة جدية في تطوير الصحافة المصرية.

ثانيًا: الممارسة الصحفية للانتخابات البرلمانية:

١- مازال الاتصال المباشر هو النمط السائد في الدعاية الانتخابية للانتخابات البرلمانية، وهو تقليد استمر منذ قيام ثورة ٢٣ يوليو ١٩٥٢م حيث ظلت الانتخابات البرلمانية تعتمد في الأساس على الاتصال المباشر، فقد كان جميع المرشحين ينتمون في الغالب إلى التنظيم السياسي الواحد سواء كان الاتحاد القومي أو الاتحاد الاشتراكي، وكان دور الصحافة يقتصر على متابعة الحدث الانتخابي نفسه أو الترويج للعملية الانتخابية.

وبعد عودة الأحزاب في نهاية السبعينات من القرن الماضي وصعود العديد من الصحف الحزبية، بدأت الصحافة الحزبية تلعب دورًا أخذ يتزايد بالتدريج في الانتخابات البرلمانية مع تنامي دور الأحزاب في الحياة السياسية بشكل عام وفي الانتخابات البرلمانية بشكل خاص.

وفي السنوات الأخيرة تراجع دور الصحافة الحزبية في التأثير على الانتخابات البرلمانية كنتيجة طبيعية لضآلة التمثيل الحزبي في البرلمان، بحيث وجدت أحزاب لم تنجح في إيصال ممثلين عنها إلى البرلمان، وفي كثير من الأحيان تفوق دور بعض الصحف الحزبية على الأحزاب التي تمثلها حتى وصل الأمر إلى القول بأن الأحزاب في مصر مجرد ظاهرة صحفية، وتقدم لنا نتائج الانتخابات البرلمانية الأخيرة أكبر دليل على ذلك.

٢- ظهر التحيز واضحًا من جانب غالبية الصحف القومية والخاصة وقد تمثل ذلك في إبراز النشاطات الانتخابية لبعض المرشحين وتجاهل نشاطات الآخرين.

٣- لم تراعى العديد من الصحف القومية والحزبية والخاصة مبادئ احترام الخصوصية وعدم الطعن في سلوك المرشحين أو أخلاقهم، كما لم يلتزم بعضها بعدم استخدام الألفاظ غير اللائقة.

٤- شاركت العديد من الصحف القومية والحزبية والخاصة في تبادل الاتهامات بالترويح للعنف والبلطجة واستخدام الشعارات الدينية وتعريض الوحدة الوطنية للخطر، وهو الأمر الذي يؤكد غياب الالتزام بمبدأ عدم الترويح للعنف أو التهديد به وغياب الالتزام بعدم استخدام الشعارات الدينية وعدم نشر ما يتضمن تحريضاً أو همس النسيج الوطني وتماسكه.

٥- لم يتم احترام مبدأ عدم الخلط بين الإعلام والإعلان، فقد نشرت معظم الصحف القومية والحزبية والخاصة إعلانات تحريرية عن بعض المرشحين دون أن ترافقها رموز تبين أنها إعلانات مدفوعة الثمن.

توصيات:

١- دراسة وضع الآليات المناسبة لإيجاد توازن بين حرية الصحفيين ومسئولياتهم وبما يتفق مع أحكام الدستور والقانون.

٢- أن يستمر المجلس الأعلى للصحافة في تفعيل دوره في رفع مستوى المهنة من خلال الاستمرار في تنظيم وعقد دورات تدريبية للصحفيين خاصة الشباب منهم لتعريفهم بالتشريعات الصحفية وحقوق الصحفيين وواجباتهم وآداب المهنة وميثاق الشرف الصحفي.

٣- الاستفادة من تجارب بعض مجالس الصحافة في دول العالم في مجال حماية خصوصية المواطن وحقوق الرد والتصحيح وآليات العلاقة بين الصحافة والمجتمع.

٤- التأكيد على دور نقابة الصحفيين وضرورة تفعيل هذا الدور لحماية المهنة وآدابها ومحاسبة الصحفيين من أعضائها.

٥- أهمية استمرار التعاون بين المجلس الأعلى للصحافة ونقابة الصحفيين بما يكفل حماية حرية الصحافة وتعزيزها والتوازن بين الحرية والمسئولية وحماية حقوق المواطنين.

المبادئ والمعايير الموحدة للتغطية الإعلامية

لانتخابات مجلس الشعب والشورى في الإعلام المسموع والمرئي (٢٠١٠م)

قبيل انتخابات مجلس الشعب والشورى ٢٠١٠ وضعت لجنة تقييم الأداء الإعلامي باتحاد الإذاعة والتلفزيون مبادئ ومعايير التغطية الإعلامية المسموعة والمرئية لانتخابات مجلس الشعب والشورى لضمان الالتزام بها، والقيام بدور نشط في التثقيف السياسي والانتخابي بما يحقق المشاركة الإيجابية الواعية في الانتخابات.

أولاً: المبادئ التي تحكم التغطية الإعلامية للانتخابات:

١- العدالة والحيادة والمساواة بين الأحزاب في التغطية الإعلامية المركزية وبين المرشحين من خلال التغطية الإعلامية المحلية.

٢- إتاحة وقت متساو لجميع المرشحين لعرض برامجهم وأفكارهم.

٣- عدم السماح بالتعرض للمرشحين الآخرين أو المساس بسمعتهم أو انتهاك حياتهم الخاصة.

٤- التأكيد على احترام الوحدة الوطنية وقيم المجتمع المصري.

٥- التمييز بين الإعلام والإعلان، والحرص على تحقيق الشفافية والعدالة بين المرشحين في المواد الإعلانية مدفوعة الأجر.

٦- ضرورة إعلام الأحزاب والمرشحين وكذلك وسائل الإعلام المسموعة والمرئية بهذه المعايير للالتزام بها.

ثانياً: المعايير التي تحكم التغطية الإعلامية للانتخابات:

١- ضمان الحيادة والشفافية في الخريطة البرمجية بحيث لا يتم تقديم مواد يمكن أن

تمثل دعاية إيجابية أو سلبية، مباشرة أو غير مباشرة كالأفلام والمسرحيات والأغاني وغيرها.

٢- الفصل الكامل بين تغطية الأنشطة الرسمية للمرشحين بحكم موقعهم وبين ما يمكن اعتباره دعاية انتخابية.

٣- الفصل الكامل بين ما يذاع من أنشطة الوزراء وكبار المسؤولين بالدولة المرشحين للانتخابات بحكم مواقعهم الرسمية، وبين ما يقدم من أنشطة قد تمثل دعاية انتخابية لمرشح بعينه.

٤- الحرص على الدقة والتوازن في التغطية الإعلامية للحملات الانتخابية لتزويد المواطنين بالصورة الكاملة والدقيقة التي تساعد على حسن الاختيار.

٥- يحظر على الإعلاميين المرشحين في أي دوائر انتخابية المشاركة في تقديم أي برامج إذاعية أو تليفزيونية، أثناء الفترة التي يحددها القانون للحملة الانتخابية.

ثالثاً: القواعد المنظمة لاستخدام الإعلان في انتخابات مجلسي الشعب والشورى:

١- التزام المرشح بالمعايير المهنية والأخلاقية لإذاعة الإعلانات الانتخابية.

٢- ألا يتضمن الإعلان الخاص بالمرشح ما يمس الجوانب الشخصية والأخلاقية للمنافسين بشكل مباشر أو غير مباشر.

٣- ألا يتضمن الإعلان الخاص بالمرشح ما يسيء للمرشحين الآخرين من خلال الكلمات أو الصور أو المعاني أو الرموز أو الحيل الجرافيك أو أي شكل آخر.

٤- ألا يتضمن الإعلان ما يمس الوحدة الوطنية وقيم المجتمع المصري.

٥- يمنع بث أي إعلانات ممولة لتأييد أي مرشح من جانب أي شخص طبيعي أو اعتباري في مصر أو الخارج.

٦- يمنع بث وتنفيذ إعلانات المرشحين داخل النشرات الإخبارية والبرامج والتقارير الإخبارية في مختلف القنوات والإذاعات وكذلك أثناء البث الحي للأحداث السياسية.

رابعاً: تقييم الأداء الإعلامي لانتخابات مجلسي الشعب والشورى:

١- تشكل لجنة لتقييم الأداء الإعلامي للتغطية الإعلامية لانتخابات مجلسي الشعب والشورى في الإذاعة والتلفزيون، على أن يمثل فيها اتحاد الإذاعة والتلفزيون والشبكات والقنوات التلفزيونية الخاصة وعدد من الخبراء وأساتذة الجامعات في مجال الإعلام، وممثلو الأحزاب المشاركة في الانتخابات وممثلو المنطقة الإعلامية الحرة والنايل سات وممثلو منظمات المجتمع المدني.

٢- تختص اللجنة بتقييم الدعاية الإعلامية والإعلانية للمرشحين أثناء الانتخابات في محطات الإذاعة وقنوات التلفزيون الأرضية والقنوات الفضائية العامة والخاصة.

٣- يتحدد عمل اللجنة بالفترة المحددة للدعاية الانتخابية وفقاً لقانون الانتخابات.

٤- تشمل مهمة اللجنة المتابعة المستمرة وتلقي الطلبات والشكاوى، فإذا ما رصدت اللجنة مخالفة تقتضي التدخل على أي نحو تراه مناسباً، فلها أن تصدر بذلك توصية إلى المسؤولين للعمل بمقتضاها.

٥- تلتزم وزارة الإعلام بتوفير كافة الإمكانيات المادية والبشرية والأجهزة المعاونة التي تحتاجها اللجنة للقيام بمهامها، وكذلك توفير مكان ومسئول لتلقي طلبات المرشحين أو شكاواهم ليحيل الطلبات فوراً للجهة المختصة.

مدونة مبادئ مهنية للتغطية الإعلامية للانتخابات العامة

إعداد مركز القاهرة لدراسات حقوق الإنسان (٢٠١٠م)

أولاً: مبادئ عامة:

١. يؤمن الإعلاميون بأن التغطية الإعلامية للحملات الانتخابية تستهدف تأكيد كل الحقوق الواردة في الإعلان العالمي لحقوق الإنسان، والعهد الدولي للحقوق المدنية والسياسية، وبالذات النصوص ذات الصلة المباشرة بالانتخابات العامة.
٢. يؤمن الإعلاميون بأن دورهم في التغطية الإعلامية للحملات الانتخابية، إثارة اهتمام الرأي العام بالانتخابات العامة، باعتبارها حقاً وواجباً، وحفز اهتمام المواطنين على المشاركة فيها بالتصويت والترشيح، كما أنهم أداة الرأي العام للرقابة على نزاهة وشفافية العملية الانتخابية.
٣. يتمسك الإعلاميون في تغطيتهم للانتخابات العامة بكل الحقوق التي تكفلها لهم القوانين العامة، وقانون الصحافة، وقانون مباشرة الحقوق السياسية، وقانون الانتخابات الرئاسية، وميثاق الشرف الصحفي، ويلتزمون بكل الواجبات التي تفرضها عليهم هذه القوانين والمواثيق.
٤. ينبغي على الوسيلة الإعلامية، أن تميز بشكل واضح بين الإعلان والتحرير وبين الخبر والرأي، فيما يتعلق بالتغطية للحملات الانتخابية، ولا يجوز لملاك الصحف ووسائل الإعلام، أن يتقاضوا بشكل مباشر أو غير مباشر، أي دعم مالي من الأحزاب والشخصيات التي تخوض المعارك الانتخابية، أثناء المدة التي تفصل بين فتح باب الترشيح وإعلان النتائج النهائية للانتخابات، ويشمل ذلك نشر إعلانات تجارية لمشروعات أو شركات اقتصادية، يساهم فيها مرشحون للانتخابات.

٥. تلتزم الصحف، على اختلاف أنواعها، عند نشر نتائج استطلاعات للرأي العام حول موقف الناخبين من المرشحين، أن تبرز بشكل واضح -في عناوينها وفي متن تقاريرها- عدد أفراد العينة التي شاركت في الاستطلاع والجهة التي أجرتة، وتاريخ إجرائه، ويجب أن تكون الجهة المعدة لذلك الاستطلاع أو الاستبيان شخصية اعتبارية متخصصة ومستقلة وغير حزبية.
٦. تلتزم الصحف القومية والجهات الإعلامية الخاصة والمستقلة، فيما تنشره عن المعركة الانتخابية بالحياد التام بين كل الأحزاب والمرشحين الذين يتنافسون في هذه الانتخابات، ولا تميز بينهم فيما تنشره من صور أو عناوين أو وسائل للإبراز، أو في أسعار ما تنشره من إعلانات.
٧. تستثنى الصحف الحزبية من الالتزام بنص المادة السابقة، وليس من حق الصحف القومية، وقنوات التلفزيون ومحطات الإذاعة المملوكة لاتحاد الإذاعة والتلفزيون أن تتمتع بهذا الاستثناء، فتحافظ على استقلالها تجاه السلطة التنفيذية وكل الأحزاب السياسية، وأن تلتزم بالحياد بين كل المتنافسين.
٨. في الحالة التي تقرر فيها الجهة الإعلامية المستقلة، الانحياز إلى مرشح من المرشحين أو إلى حزب من الأحزاب المتنافسة، وعليها أن تشير إلى نفسها باعتبارها الجهة الداعمة.
٩. انحياز الجهة الإعلامية لأي من المرشحين أو الأحزاب المتنافسة في الانتخابات لا يعطيها الحق في القيام بحملات تشويه أو افتراء شخصي أو سياسي ضد منافسيه، وحصر الخلاف في إطار سياسي موضوعي.
١٠. تتوقف كل الجهات الإعلامية عن نشر أو بث كل مواد الدعاية الانتخابية للمرشحين قبل ٤٨ ساعة من الموعد المقرر لإجراء الانتخابات.

ثانيًا: الحقوق:

١. من حق الصحفي الذي يكلف بتغطية الانتخابات العامة، أن يحصل على نسخ من كل القوانين والقرارات والتعليمات والبيانات والتقارير الصادرة عن العملية الانتخابية وتطوراتها من الجهة المشرفة التي تنظم العملية الانتخابية فور صدورها منذ فتح باب الترشيح وحتى إعلان النتيجة.
٢. يجب علي جهة العمل أن تزود الصحفي بالأوراق الثبوتية التي يتطلبها أدائه لمهامه وأن تستصدر الترخيصات المطلوبة من الجهات المعنية له ولمعاونيه من المصورين وغيرهم وأن تزودهم بزي سهل تمييزه من بعيد حتى لا يتعرض لأية معوقات أو أذى أثناء أدائه لواجبه المهني.
٣. من حق الصحفي أن يحضر المؤتمرات الانتخابية التي يعقدها المرشحون وأن يدخل المقار الانتخابية لكل المرشحين وأن يدخل الساحة الخارجية للجان الانتخابية العامة والفرعية وأن يدخل إلى داخل اللجنة أثناء التصويت وله الحق في حضور فرز الأصوات مع مندوبي المرشحين.
٤. على جهة العمل أن تزود الصحفي بوسائل الاتصال والانتقال التي تمكنه من متابعة الانتخابات ومن إرسال تقاريره إلى الوسيلة الإعلامية التي يعمل بها في وقت ملائم.
٥. يتمسك الصحفيون والإعلاميون بحقوقهم الوارد في المادة ١٢ من قانون تنظيم الصحافة رقم ٩٦ لسنة ١٩٩٦، بعقاب كل من أهان صحفيًا أو تعدى عليه بسبب عمله بالعقوبات المقررة لإهانة الموظف العمومي أو التعدي عليه قانون، وعلى الجهة الإعلامية أن تتولى الإبلاغ عن كل إهانة أو تعدٍ من هذا النوع فور وقوعها.

ثالثًا: الواجبات:

١. لا يجوز للصحفي الذي يرشح نفسه في الانتخابات أن يمارس مهنته منذ بدء فتح باب الترشيح وحتى إعلان نتائج المعركة الانتخابية، ولا يجوز لمن يعمل بالصحافة المرئية أو المسموعة أن يمارس عمله خلال تلك الفترة حتى لو لم يكن لما يكتبه أو يقدمه من برامج صلة مباشرة بالعملية الانتخابية ولا يصادر ذلك حقوقه الأخرى كمرشح وينبغي أن يعامل إعلاميًا على قدم المساواة مع غيره من المرشحين من دون انحياز.
٢. لا يجوز للصحفي أن يغطي المعركة الانتخابية في الدائرة التي يقع بها موطنه الانتخابي أو المقيد اسمه في جداولها الانتخابية.
٣. لا يجوز للصحفي الذي يغطي المعركة الانتخابية أن يعمل في الفريق الإعلامي لأي حزب من الأحزاب أو مرشح من الذين يخوضون المعركة الانتخابية ويستثنى من ذلك الصحفيون العاملون في الصحف الحزبية.
٤. لا يجوز للصحفي أن يعمل في جلب الإعلانات الانتخابية بشكل مباشر أو غير مباشر.
٥. يلتزم الصحفي الذي يغطي الانتخابات بالأصول المهنية في صياغة وتحرير تقاريره عن العملية الانتخابية من حيث دقة وتوثيق المعلومات ونسبة الأقوال والأفعال إلى مصادر معلومة كلما كان ذلك متاحًا وممكنًا.
٦. يلتزم الصحفي بالكشف عن كل أشكال الخروج عن القوانين المنظمة للعملية الانتخابية على نحو يؤثر في نزاهتها أو يؤدي إلى عدم دقة تعبيرها عن إرادة الناخبين ويشمل ذلك:

أ - سوء تنظيم العملية الانتخابية من حيث نقص الاستعداد اللوجستي الذي يضمن إجرائها بيسر ومن ذلك: عدم دقة جداول الانتخابات، أو تأخر فتح اللجان، أو فساد الحبر الفسفوري، أو عدم وجود صناديق زجاجية.. إلخ.

ب - استخدام الرشاوى العينية أو المالية لشراء أصوات الناخبين.

ج - استخدام الشعارات الدينية أو الطائفية في الدعاية الانتخابية بشكل معلن أو غير معلن لجذب الناخبين أو تنفيرهم.

د - التعرض للحياة الخاصة إلا فيما له صلة بالوظيفة العامة أو السب والقذف والطعن في الأعراض لأي من المرشحين.

هـ - استخدام المباني الحكومية أو إكائيات الجهات الإدارية أو المحليات في الدعاية لأحد المرشحين، أو تقديم تسهيلات لنقل أنصاره.

و - توزيع الخدمات الحكومية عن طريق أحد المرشحين.

ز - وضع عقبات تحول دون وصول الناخبين والمرشحين، ومندوبيهم ومراقبي الانتخابات التابعين لمنظمات المجتمع المدني إلى اللجان الانتخابية، ومنعهم من الدخول إليها.

ح - قيام بعض الناخبين بالإدلاء بأصواتهم جهراً.

ط - طرد مندوبي المرشحين من لجان التصويت أو لجان الفرز، أو وضع عراقيل مفتعلة للحيلولة بينهم وبين ممارسة مهمتهم.

ي - استخدام أي شكل من أشكال العنف البدني أو اللفظي ضد أنصار المرشح المنافس، أو مندوبي المرشحين أو مراقبي الانتخابات التابعين لمنظمات المجتمع المدني.

ك - المبالغة في نفقات الدعاية الانتخابية علي نحو يوحى باستخدام المال للتأثير على إرادة الناخبين أو ينطوي على مظاهر مخالفة للقرارات والقوانين المنظمة للإنفاق على الدعاية الانتخابية.

ميثاق الشرف الإعلامي

إعداد المؤسسة المصرية للتدريب وحقوق الإنسان

الإعلاميون المصريون وملاك وسائل الإعلام الورقية والمسموعة والمرئية والإلكترونية، أسرة مهنية واحدة تستمد كرامتها وقدرتها من ضمير الشعب وولاءها للحقيقة، ويحركها شرف المهنة والقيم الوطنية والإنسانية للمجتمع المصري، ويعملون في إطار الدستور والقانون ومواثيق حقوق الإنسان الدولية.

وإيماناً منهم بوحدة الدولة وسلامة المجتمع وحراسة مصالحه والحفاظ على التراث الإنساني ومنظومة القيم الأخلاقية، واحترام تعدد الآراء وتنوعها والالتزام بالتعدد والتنوع الثقافي والحريات العامة للمواطنين المنصوص عليها في الدستور المصري ومواثيق حقوق الإنسان قد توافقوا على:

إصدار ميثاق الشرف الإعلامي الجماعي إيماناً منهم بحق المواطن في المعرفة المستنيرة والحصول على معلومات صحيحة ومتكاملة ومتوازنة، وحق المواطن في التزام وسائل الإعلام بالمصلحة العامة وحرية التعبير عن كافة الآراء.

ومن أجل الحفاظ على هذه القيم فإن الإعلاميين وملاك المؤسسات الإعلامية، قد اتفقوا على الالتزام بميثاق الشرف الإعلامي الجماعي وفقاً للمبادئ التالية:

أولاً: المبادئ العامة:

١. الحرية أساسها المسؤولية وكفالة ممارسة العمل الإعلامي دون تقييد.
٢. الحق في الحصول على المعلومات وتداولها.
٣. حرية الرأي والتعبير والإبداع والاتصال مكفولة دون تمييز في إطار المسؤولية الاجتماعية للإعلام.

٤. الالتزام بمبدأ الشفافية والإفصاح وإعمال شرط الضمير المهني.

٥. احترام حق الرد والتصحيح.

٦. احترام الخصوصية وحقوق الملكية الفكرية.

٧. العمل على تعزيز حق المواطن في المعرفة.

٨. احترام التنوع والتعدد في المجتمع ونشر ثقافة التسامح.

٩. الحفاظ على الأمن القومي والسلم الاجتماعي.

ثانيًا: التزامات ملاك الوسائل الإعلامية:

١. التزام وسائل الإعلام بالإعلان عن سياستها الإعلامية، وكتاب التعليمات الخاص بها، ومصادر

تمويلها وطريقة إدارة الوسيلة بما يحفظ حقوق المجتمع والقائمين بالاتصال.

٢. الالتزام بإعلان الميزانية السنوية ونشرها وفقًا للقانون.

٣. احترام معايير ومبادئ الإعلام الديمقراطي الحر القائم على المسؤولية الاجتماعية في

ممارسة السياسة التحريرية.

٤. احترام حق الرد وحماية حقوق المتلقين.

٥. احترام الحقيقة وحق الجمهور في الوصول إليها، والالتزام بالبحث عنها ونقلها وفقًا

للمعايير المهنية.

٦. الالتزام بالسياسات الداعية للمساواة وعدم التمييز على أساس النوع أو الجنس أو اللغة

أو الدين أو العرق أو المستوى الاجتماعي أو لأي سبب آخر.

٧. احترام جميع فئات المجتمع وحقوقهم خاصة الفئات الأولى بالرعاية 'المرأة - الطفل -

ذوي الإعاقات - المهمشين».

٨. الالتزام بالفصل بين الإعلان والإعلام، وعدم خلط الإعلان بالمواد الإعلامية.
٩. توفير بيئة عمل مناسبة، وأجر عادل، وأدوات عمل مناسبة للإعلامي، وتأكيد المسؤولية التضامنية وفقاً للقانون.
١٠. احترام حق الملكية الفكرية.

ثالثاً: التزامات الإعلاميين:

١. احترام حق الجمهور في المعرفة، ونشر الحقائق وعدم حجب المعلومات.
٢. احترام الخصوصية والآداب العامة.
٣. عدم الخلط بين الإعلام والإعلان، وكذلك الخبر والرأي، واحترام حق الرد والتصحيح.
٤. عدم بث مواد إعلامية تمثل تمييزاً بين المواطنين أو تساعد على ذلك.
٥. احترام حقوق المرأة، ومنحها فرص متكافئة في التعامل مع القضايا المختلفة، وحظر استغلالها.
٦. الالتزام بحقوق الطفل والمصلحة الفضلى له في المواد الإعلامية، ويحظر استغلاله فيما يتم تقديمه من مواد إعلامية.
٧. مراعاة حقوق ذوي الاحتياجات الخاصة، والامتناع عن الإساءة لهم، وإظهارهم بصورة تثير السخرية.
٨. احترام حقوق الملكية الفكرية وفقاً للقانون.
٩. التعبير عن تعددية حقيقية ونشر قيم التسامح وقبول الآخر ونبذ العنف والتعصب.
١٠. الامتناع عن نشر أمور من شأنها التأثير في القضاة الذين يناط بهم الفصل في دعاوى وذلك وفقاً للقانون.

١١. الامتناع عن عرض الجريمة بطريقة تثير التعاطف أو تدعو للتقليد، وضرورة احترام حقوق المتهم إعمالاً لمبدأ الأصل في الإنسان البراءة.
١٢. عدم الكشف عن الشهود الذين قد يطلبون للإدلاء بالشهادة أمام الجهات القضائية.
١٣. المحافظة على الأدوات الإعلامية، والمقار، ومستلزمات العمل التي توفرها المؤسسة والحفاظ عليها، وعدم التسبب في تعرضها لما يفسد قدرات العمل.
١٤. الحفاظ على شرف المهنة وآدابها، واحترام واجبات الزمالة في معالجة الخلافات التي قد تنشأ بين الإعلاميين أثناء أو بسبب المنافسة المهنية في العمل.

رابعاً: حقوق الإعلاميين:

١. لا يجوز إجبار الإعلامي على إفشاء مصادر معلوماته، وألا يكون رأيه سبباً للمساس بأمنه وحرية.
٢. للإعلامي الحق في إنهاء التعاقد مع المؤسسة الإعلامية في حالة قيامها بتغيير سياستها التحريرية، مع حقه في الحصول على مستحقاته المالية.
٣. الحق في الحصول على المعلومات والأخبار من مصادرها، والإطلاع على كافة الوثائق الرسمية غير المحظورة وفقاً للقانون.
٤. لا يجوز منع الإعلامي من حضور الاجتماعات العامة والجلسات المفتوحة، ما لم تكن مغلقة أو سرية.
٥. لا يجوز منع الإعلامي من ممارسة المهنة إلا في الإطار القانوني.
٦. تلتزم الجهات المعنية بتوفير الحماية اللازمة للإعلامي في مواقع الأحداث.
٧. إهانة الإعلامي أو الاعتداء عليه أثناء أو بسبب وظيفته تعد جريمة.

٨. للإعلامي الحق في الانضمام إلى النقابات المنظمة للمهنة.

خامساً: أحكام عامة:

١. تتولى النقابات الإعلامية الفصل في الخلافات الناشئة بين أعضائها بسبب عمل من أعمال المهنة .
٢. وجوب إخطار النقابة قبل إقامة دعاوى قضائية سواء بين الإعلاميين أنفسهم، أو بينهم وبين الوسائل الإعلامية التي يعملون بها.
٣. تخصيص لجنة بكل نقابة إعلامية للتوفيق وحل النزاعات التي قد تنشأ بين الإعلاميين أو بينهم وبين الوسيلة التي يعملون بها.
٤. يتولى المجلس الأعلى للإعلام مراقبة التزام وسائل الإعلام والإعلاميين بتطبيق ميثاق الشرف الإعلامي وفقاً للدستور والقانون وأن يكون توقيع الجزاءات وفقاً لقانون كل نقابة.
٥. كل ما يخالف أحكام هذا الميثاق تعد انتهاكاً لشرف مهنة الإعلام.

ثانيًا: وثائق إقليمية ودولية:

ميثاق الشرف

بين الأحزاب والفصائل السياسية أثناء العملية الانتخابية

نحن القوى والأحزاب السياسية المشاركة في الانتخابات التشريعية الفلسطينية الثانية، حرصًا منا بأن تسير العملية الانتخابية بكافة مراحلها بشفافية ونزاهة، وأن يسودها التنافس الشريف بين المرشحين والقوائم الانتخابية، بما يخدم ويعزز المصلحة العامة، وإدراكًا منا لأهمية الالتزام بالقانون الانتخابي والأنظمة والتعليمات الصادرة بموجبه لتنظيم سير العملية الانتخابية، فإننا نتعهد بالالتزام بما يلي:

أولًا: التقيد التام بأحكام قانون الانتخابات الفلسطيني والأنظمة والتعليمات الصادرة بموجبه، وبتوجيهات وقرارات لجنة الانتخابات المركزية فيما يتعلق بسير العملية الانتخابية.

ثانيًا: التعاون مع لجنة الانتخابات المركزية في جهودها المبذولة لتنظيم انتخابات حرة ونزيهة، واحترام طواقمها.

ثالثًا: احترام دور المراقبين الدوليين والتعاون معهم في أداء دورهم الرقابي.

رابعًا: الالتزام بالحفاظ على مبدأ سرية التصويت وحق الناخب في اختيار قائمته ومرشحه بحرية.

خامسًا: الالتزام بالفترة الزمنية للدعاية الانتخابية المحددة قانونًا.

سادسًا: عدم اللجوء في الدعاية الانتخابية إلى كل ما يتضمن أي تحريض أو طعن بالمرشحين الآخرين أو الهيئات الحزبية أو القوائم الانتخابية، أو الامتناع عن التشهير والقذف والشتم، والابتعاد عن إثارة النعرات أو استغلال المشاعر الدينية أو الطائفية والقبلية والإقليمية والعائلية أو العنصرية بين فئات المواطنين.

سابعاً: الامتناع عن التعرض للمادي للحملة الانتخابية للغير سواء كان ذلك بالتخريب أو التمزيق أو إلصاق الصور والشعارات فوق صور وشعارات الآخرين، أو أية أعمال أخرى تفسر على أنها اعتداء مادي على الحملة الانتخابية للمرشحين الآخرين.

ثامناً: الالتزام بعدم ممارسة أي شكل من أشكال الضغط أو التخويف أو التخوين أو التكفير أو العنف ضد أي من المرشحين و/ أو أي من الناخبين.

تاسعاً: الالتزام بعدم حمل السلاح أو/ واستخدامه أثناء الاجتماعات العامة والمسيرات وسائر الفعاليات والنشاطات الانتخابية الأخرى.

عاشراً: الالتزام بعدم تقديم هدايا أو تبرعات أو مساعدات نقدية أو عينية أو غير ذلك من المنافع أو الوعد بتقديمها لشخص طبيعي أو معنوي أثناء العملية الانتخابية سواء كان ذلك بصورة مباشرة أو غير مباشرة.

الحادي عشر: عدم وضع الملصقات والصور الدعائية على الأماكن الخاصة أو على أبواب وجدران المحلات التجارية للمواطنين إلا بعد الحصول على موافقتهم الصريحة على ذلك، والالتزام بعدم وضع الملصقات والصور الدعائية على اللوحات الإعلانية التي تعود ملكيتها للشركات التجارية أو للمواطنين إلا بعد الحصول على موافقتهم الصريحة على ذلك، والالتزام بإزالة جميع مظاهر الدعاية الانتخابية بعد انتهاء العملية الانتخابية.

الثاني عشر: عدم استعمال الشعار الرسمي لمنظمة التحرير الفلسطينية و/ أو السلطة الوطنية الفلسطينية أو أي شعار قريب الشبه منه في الاجتماعات والإعلانات والبيانات الانتخابية وفي سائر أنواع الكتابات والرسوم والصور التي تستخدم في الدعاية الانتخابية.

الثالث عشر: عدم إقامة المهرجانات وعقد الاجتماعات العامة في المساجد أو الكنائس أو إلى جوار المستشفيات أو في الأبنية والمحلات التي تشغلها الإدارات الحكومية أو المؤسسات العامة، وبعدم استخدام المعسكرات والمقرات الأمنية الفلسطينية أو اللوازم العامة وذلك لأغرض الدعاية الانتخابية.

الرابع عشر: الحفاظ على البيئة نظيفة أثناء الحملة الانتخابية، وتجنب اللصق العشوائي للصور والبيانات في الأماكن العامة، وضرورة الاهتمام بمظهر الأمانة العامة وتنظيفها بعد الانتهاء من المسيرات والمهرجانات الانتخابية.

الخامس عشر: الالتزام بعدم الحصول على أموال لتغطية مصاريف حملتنا الانتخابية من أي مصدر أجنبي أو خارجي غير فلسطيني بشكل مباشر أو غير مباشر، وبعدم الحصول أيضًا على أموال من السلطة الوطنية الفلسطينية لتغطية مصاريف الحملة الانتخابية.

السادس عشر: الالتزام بحدود الصرف على الحملة الانتخابية بحيث لا تتجاوز مليون دولار أمريكي أو ما يعادلها بالعملة المتداولة قانونًا للصرف على الحملة الانتخابية للقائمة الانتخابية ككل، وستون ألف دولار أمريكي أو ما يعادلها بالعملة المتداولة قانونًا للصرف على الحملة الانتخابية للمرشح لعضوية المجلس في الدائرة الانتخابية.

السابع عشر: الالتزام بتقديم بيان مالي مفصل للجنة الانتخابات المركزية بجميع مصادر التمويل التي حصلنا عليها والمبالغ التي أنفقناها أثناء الحملة الانتخابية خلال مدة أقصاها شهر من تاريخ إعلان نتائج الانتخاب النهائية.

الثامن عشر: تدريب الوكلاء التابعين لنا على قواعد سلوك الوكلاء والمراقبين الصادرة عن لجنة الانتخابات المركزية.

التاسع عشر: تحمل المسؤولية عن كافة نشاطات الدعاية الانتخابية الصادرة عن جميع الوكلاء التابعين لنا وعن العاملين في حملتنا الانتخابية.

العشرين: تزويد لجنة الانتخابات بجميع الصفحات وامواقع الإلكترونية التي من خلالها سوف نقوم بممارسة دعاية انتخابية.

الواحد والعشرين: تحمل المسؤولية عن أية نشرات أو ملصقات أو بيانات صادرة عن حملتنا الانتخابية.

الثاني والعشرون: الالتزام باتباع الأساليب السلمية والقانونية فيما يتعلق بالاعتراضات والطعون ونتائجها في كافة مراحل العملية الانتخابية والتعاون مع الجهات المختصة بشأن التحقيقات في هذه الاعتراضات والطعون والشكاوى.

الثالث والعشرين: الالتزام بقرارات القضاء الفلسطيني فيما يخص العملية الانتخابية.

الرابع والعشرين: الالتزام بنتائج الانتخابات الرسمية والنهائية الصادرة عن لجنة الانتخابات المركزية و/أو المحكمة المختصة.

الخامس والعشرين: تشكيل لجنة وطنية لمتابعة الالتزام بأحكام هذا الميثاق وتوعية المجتمع به.

والتزاماً منا بالتقيد بما ورد في هذا الميثاق، فإننا نوقع عليه، والله الموفق.

الخميس الموافق ١٠ رمضان ١٤٢٦هـ

الموافق ١٣ تشرين أول ٢٠٠٥م

القوى والفصائل الوطنية والإسلامية لمشاركة في العملية الانتخابية التشريعية.

اسم الفصيل	اسم الموقع	التوقيع
حركة التحرير الوطني الفلسطيني (فتح)		
حركة المقاومة الإسلامية (حماس)		
حزب الشعب		
الجبهة الشعبية لتحرير فلسطين		
الجبهة الديمقراطية لتحرير فلسطين		
الاتحاد الديمقراطي الفلسطيني (فدا)		
جبهة النضال الشعبي الفلسطينية		
جبهة التحرير الفلسطينية		
جبهة التحرير العربية		
الجبهة العربية الفلسطينية		
الجبهة الشعبية - القيادة العامة		
منظمة الصاعقة		
المبادرة الوطنية الفلسطينية		

لجنة الانتخابات المركزية الملتقى الفكري العربي

الميثاق الانتخابي

إعلان الثاني والعشرون من جويلية ٢٠١٤

من أجل انتخابات نزيهة وشفافة وديمقراطية

ميثاق شرف الأحزاب ولتكتلات والمرشحين المستقلين المتعلق بانتخابات واستفتاءات الجمهورية

التونسية

بسم الله الرحمن الرحيم

إن الأطراف المصادقة على ميثاق الشرف تعي أن إنجاز عملية انتخابية شفافة وعادلة ونزيهة وديمقراطية تحظى بأوسع قدر من الرضا والمصادقية هو شرط أساسي لتثبيت مشروعية المؤسسات وعنصر ضروري لمواصلة المسار الديمقراطي الذي أطلقته الثورة التونسية المباركة، على هذا الأساس فإن الأهداف الأهم لميثاق الشرف هي المساهمة في إنجاح العملية الانتخابية وضمان استمرارها وبناء الثقة بين الأطراف المعنية وخلق مناخ إيجابي يتسم بالتسامح ويشجع على التنافس المفتوح والحر والنزيه.

وكذلك السعي لتشجيع قبول جميع الأطراف لنتائج الاقتراع ونبذ العنف والحد من الصراعات والقضاء على أعمال التخويف والترهيب وعلى كل ما يمكن أن يؤدي إلى الاشتباك بين المواطنين بما يسمح بالحفاظ على السلم الأهلي وبالتسوية السليمة للخلافات، من هذا المنطلق تعقد الأطراف الممضية عزمها على المساهمة بشكل مسئول وطوعي وإرادي في تهيئة المناخ المناسب لنجاح المسار الانتخابي مهما كانت اختلافات مواقفها وذلك في إطار احترام الدستور والقوانين وقرارات المؤسسات الشرعية ذات الصلة، يُقصد هنا بالمسار الانتخابي كل من فترة ما قبل الانتخابات والحملة ذاتها وعمليات التصويت وفرز الأصوات وكذلك فترة إعلان النتائج وما يعقبها.

الأطراف المعنية:

ينطبق هذا الميثاق على الأطراف الموقعة عليه (ويشار لها من الآن بمصطلح الأطراف): أحزاب سياسية وتحالفات وائتلافات حزبية وحركات وشبكات سياسية وقوائم مستقلة ومرشحون مستقلون. وتلزم القواعد المضمنة في الميثاق بشكل خاص قيادات هذه الأطراف وإداراتها وأعضائها ونشطاتها ومرشحيها وممثليها الرسميين.

الشروط المبدئية:

تتفق الأطراف الموقعة بأن قيمة انتخابات تعددية ديمقراطية - وكذلك شرعيتها- تقوم على الشروط الأولية التالية:

أن يتسنى خلال الحملة الانتخابية إبلاغ الناخبين ببرامج وسياسات ومؤهلات الأحزاب السياسية والمرشحين بما يسمح لهم بالاختيار والتصويت عن دراية وبشكل مستنير.

أ - أن يكون الناخبون قادرين على التصويت بحرية دون قيد أو تهديد أو تأثير غير مشروع أو أي شكل من أشكال الخداع أو الابتزاز أو الإفساد.

تلتزم جميع الأطراف بالعمل على توفير هذه الشروط والتمسك طوعًا وإراديًا بمضمون ميثاق الشرف من خلال العمل.

أ- أن يتم تفعيل القواعد والالتزامات والمبادئ المضمنة بالميثاق والمحافظة عليها.

ب- أن يحصل اعتراف وقبول مجتمعي واسع بكون الانتخابات هي سبيل الناخبين للتعبير بحرية عن اختياراتهم وبأن المشاركة الحرة والنشطة والنزيهة هي ضرورة لممارسة حقهم في الاختيار.

ج- أن يحترم الجميع هذا الحق في الاختيار وما ينبثق عن ممارسته بشكل شفاف وعادل وديمقراطي ونزيه من نتائج.

الالتزامات العامة: الامتثال للقانون واحترام ميثاق الشرف:

يلتزم كل طرف مصادق على ميثاق الشرف بتطبيق واحترام القوانين والقواعد والقرارات التي تنظم إجراء الانتخابات وبالتحلي فعلياً بالصدق وحسن النية والنزاهة.

كما يعترف بالسلطة المسندة للهيئة العليا المستقلة للانتخابات (ISIE) وغيرها من الهيئات والسلطات المتدخلة في المسار الانتخابي ويمثل للقرارات والمدونات الصادرة عنها طبقاً للقانون.

وبناء على ذلك فإن كل طرف يلتزم من خلال الإمضاء على الميثاق:

أ - بما جاء فيه من مبادئ وقواعد واتفاقات وما يتضمنه من موانع.

ب- باتخاذ التدابير اللازمة للتعريف به والحيولة دون قيام قاداته ومرشحيه وأعضائه بانتهاك ما يتضمنه من مبادئ وقواعد والتزامات.

ت - باتخاذ التدابير المتاحة والمعقولة لدفع أنصاره للامتناع عن أي سلوك يمكن أن يشكل خرقاً للالتزامات المضمنة في هذا الميثاق.

ث - بالحرص على ترشيد استخدام حق تقديم الشكاوى المتعلقة بانتهاك الميثاق وبالامتناع عن تقديم أية دعاوى كاذبة أو عبثية أو كيدية.

الالتزامات التفصيلية:

الخطاب:

يلتزم كل طرف مصادق على ميثاق الشرف بـ

أ - تنظيم الحملة الانتخابية بشكل يضمن أجواء عامة تتسم بسمو الأخلاق والسلمية والاحترام المتبادل والمنافسة الشريفة طوال المسار الانتخابي.

ب - التصرف دومًا على أساس وعيه بمسئوليته تجاه المجتمع وبدوره في إعلاء المصلحة الوطنية وفي الحفاظ على المسار الديمقراطي وفي الوفاء للمطالبة الشعبية بالحرية والعدالة والكرامة وفي حماية السلم الأهلي والأمن الوطني.

تلتزم الأطراف عند مخاطبتها للجمهور خلال التجمعات السياسية أو في إطار اتصالاتها عبر وسائل الإعلام بما فيها الإنترنت بالامتناع عن:

أ - التهديد والتحريض على العنف بأي شكل من الأشكال تجاه أي شخص أو مجموعة أشخاص.

ب- التشويه والتحريض على الكراهية وعلى التكفير وعلى الإدانة بالخيانة أو الإرهاب أو العمالة أو أي تهم خطيرة شبيهة.

ت - تغذية النعرات العنصرية أو الجهوية أو الطائفية أو القبلية التي من شأنها تمس من الوحدة الوطنية ومن الحقوق الأساسية.

ث - الشتم والتشهير والتحقير.

تُعرض الأطراف المصادقة على ميثاق الشرف عن توزيع المنشورات والملصقات المحتوية على عبارات أو على مواد يمكن أن تشكل تهديدًا أو تحريضًا على العنف سواء بشكل علني أو متستر كما تعرض عن نشرها أو التشجيع على ذلك عبر الإشاعة والشبكات الاجتماعية الافتراضية أو أية وسيلة أخرى.

تتجنب الأطراف انتقاد قادة ومرشحي وأنصار الأطراف المنافسة من خلال التعرض لجوانب من حياتهم الخاصة، كما تمتنع عن إطلاق انتقادات مبنية على ادعاءات مجانبة للحقيقة أو حقائق تم تشويهها وعن توجيه العبارات الجارحة أو التلميحات المغرضة بشأن المرشحين أو أفراد أسرهم على أساس العرق أو المعتقد أو النوع الجنسي أو الأصل الاجتماعي أو الجهوي أو مستوى ونوعية التعليم أو أية صفات شبيهة.

الترهيب والعنف:

تتعهد الأطراف بمناهضة كافة أشكال العنف وبعدم التورط فيه بطريقة مباشرة أو غير مباشرة وبالتنديد به علناً، وتلتزم بأن لا تحرض في حملاتها على العنف وبأن تشجع على الكراهية أو تتسبب في توتير العلاقات بين المجموعات والفئات المختلفة في المجتمع. كما تسعى بحسن نية لتوفير التدابير اللازمة لتجنب المواجهات العنيفة.

يعلن كل طرف مصادق على ميثاق تمسكه المبدئي بكون العنف والترهيب بجميع أشكالها أمرين مرفوضين، وبناءً على ذلك يلتزم:

أ - بإصدار توجيهات تنهي رسميًا منظوريه ومرشحيه وأعضائه والقائمين بحملته عن ترهيب أي شخص في أي وقت وبالسعي لتحسيسهم بضرورة رفض العنف والتهديد بالعنف وأي من أشكال التخريب والإخلال بالنظام العام.

ب - برفض توظيف الجمعيات أو أي شخص أو ذات معنوية كواجهة للقيام بأعمال يحجرها القانون أو يمنعها هذا الميثاق.

ث - في حال ارتكاب أعمال عنف بالتنديد بها علناً وباتخاذ جميع التدابير التأديبية اللازمة وبعدم مساعدة المرتكب على الإفلات من العقاب.

المواد والأدوات الانتخابية، الرموز والشعارات:

تمتنع الأطراف المصادقة على ميثاق الشرف عن

أ - تقليد رموز أي طرف منافس.

ب- سرقة أو تشويه أو تدمير التجهيزات والممتلكات السياسية التابعة لأطراف منافسة أو العبث بها.

ث - السماح لمنحطيتها وكل الناشطين في حملتها بالقيام بما يمنعه هذا القسم.

استغلال النفوذ واستغلال الموارد العمومية:

يُمتنع كل طرف مصادق على ميثاق الشرف:

أ - عن استغلال المناصب التي ترتبط بها سلطة أو نفوذ أو امتياز لأغراض انتخابية عن طريق تقديم المكافآت أو التهديد أو أية وسيلة أخرى.

ب - عن استخدام الموارد العمومية الوطنية أو الجهوية أو المحلية أو أي من موارد الدولة الأخرى لغايات انتخابية أو لمنع الآخرين من القيام بأنشطة سياسية مشروعة.

التزامات الأطراف في حال وقوع أحداث استثنائية خطيرة:

تلتزم الأطراف المصادقة على ميثاق الشرف في حال وقوع حدث استثنائي من شأنه تعريض الأمن الوطني للخطر أو المساس من النظام العام (من قبيل الأعمال الإرهابية أو الاغتيالات السياسية أو الكوارث الطبيعية... إلخ) بالتشاور في ما بينها ومع السلطات المختصة وبتجنب كيل الاتهامات المجانية والإعراض عن استغلال هذه الأحداث لتعطيل العملية الانتخابية أو لتحقيق مكاسب في الانتخابات مع التأكيد على واجب التنديد بالعنف والإرهاب. كما تلتزم بالتعامل مع الوضع بمسئولية وفقاً للمبادئ الأساسية التالية:

- الحفاظ على السلم الأهلي والأمن العام وعلى شروط استمرار السير العادي للحياة العامة.

- الحفاظ على الاستمرار في مسار الانتقال الديمقراطي والعملية الانتخابية.

- تعزيز مبادئ التضامن والوحدة الوطنية.

تأسسًا على هذه المبادئ تلتزم الأطراف بالتواصل مع بعضها والتنسيق فيما بينها بغية التخفيف من التداعيات السلبية للحدث ودرء المخاطر التي يمكن أن تهدد الأمن العام والمصلحة العليا للوطن، وتعمل على إصدار إعلان مشترك يقوم على تأكيد هذه الأهداف

والمبادئ وتقوم بإحداث خلية للتنسيق والتعاون وإدارة الأزمة وترشيد مواجهتها إن اقتضى الأمر.

إدارة الحملة:

تتعهد الأطراف باحترام حقوق المنافسين وابتخاذ جميع التدابير الضرورية والمعقولة لاحترام حق الجميع في إجراء حملاتهم الانتخابية في جو من الصفاء، يلتزم بغية ذلك كل طرف مصادق على ميثاق الشرف باحترام ما يلي والحث على احترامه:

أ- حقوق جميع الأطراف المنافسة وحريتها في التجمع السلمي وفي القيام بحملتها الانتخابية وفي بلوغ الناخبين والاتصال بهم ونشر أفكارها ومبادئها وبرامجها السياسية وفي عقد الاجتماعات العامة والنفاذ إلى وسائل الإعلام والقيام بحملات سياسية بكل حرية وكذلك نشر وتوزيع أدبياتها وموادها الانتخابية دون قيد أو إكراه أو ترهيب في حدود ما يسمح به القانون والنصوص والتراتب والضوابط المتصلة.

ب- حقوق المواطنين في المشاركة في الأنشطة السياسية.

ت - الحدود والشروط التي يفرضها القانون والنصوص والتراتب والضوابط المتصلة بشأن تمويل الحملة الانتخابية ومدتها الزمنية.

ث - روح القانون والحدود التي يفرضها على الدعاية الانتخابية وعلى النفاذ إلى وسائل الإعلام، والنصوص والتراتب والضوابط المتصلة.

ج - حياد الإدارة ودور العبادة والمؤسسات العمومية والتربوية ومبدأ عدم استغلال الموارد المالية والبشرية والمادية للمؤسسات العمومية والخاصة ومواقع القرار والنفوذ فيها لأغراض الدعاية الانتخابية.

تتعهد الأطراف بعدم:

أ - مضايقة الصحفيين أو التدخل في ممارستهم لأنشطتهم المهنية وعن القيام بكل ما من شأنه تعطيل حرية الصحافة.

ب - الحيلولة دون ممارسة المترشحين الآخرين لحقهم في توزيع المنشورات والملصقات؛ والقيام بحجب أو تشويه أو نزع ملصقات المترشحين الآخرين.

ت - منع أي طرف منافس من تنظيم التجمعات والمهرجانات والمسيرات أو غيرها من التظاهرات المسموح بها قانونًا.

ث - التدخل المباشر في حال قيام طرف منافس أو أي طرف آخر بما يمكن أن يكون مخالفًا للتشريعات السارية المفعول والاحتكام إلى السلطات والمؤسسات الرسمية المنوط بعهدتها تطبيق القانون.

ج - محاولة حرمان أي شخص من حقه في المشاركة في التجمعات السياسية التابعة لطرف منافس.

ح - نشر تقارير استطلاعات الرأي وعمليات سبر الآراء عبر أي وسيلة من وسائل الاتصال خلال فترة الصمت التي يفرضها القانون والنصوص والتراتيب والضوابط المتصلة.

خ - السماح لنشطاتها بالقيام بما يمنعه هذا القسم.

بهدف الحد من مخاطر الفوضى والاشتباكات تلتزم الأطراف عند تنظيمها للاجتماعات والتجمعات والمسيرات والتظاهرات السياسية بـ

- إعلام السلطة المعنية وإمدادها بتوقيت الحدث وتاريخه ومكانه في الآجال التي يضبطها القانون.

- احترام القوانين والتوجيهات المتعلقة بحفظ النظام والأمن وتيسير جولان العربات.

- توفير لجنة نظام مناسبة للغرض يحمل أعضاؤها رمزًا مميزًا يسمح بالتعرف عليهم بسهولة.

في حالة قيام أكثر من طرف واحد بتنظيم تظاهرات أو مسيرات متزامنة يقوم المسؤولون بالاتصال ببعضهم وبالسلطات المختصة من أجل العمل على تفادي الحوادث أو الاشتباكات الممكنة. تعمل الأطراف في الاجتماعات العامة والمسيرات والتظاهرات على تفعيل حظر كل أصناف الأسلحة وكل ما يمكن أن يحل محلها أو يؤدي وظائفها بما في ذلك المفترقات النارية والمتفجرات. تحرص الأطراف على أن يحافظ مناضلوها وأنصارها على نظافة البيئة أثناء التظاهرات التي يقومون بها وأن يسهروا على أن لا تخلف نشاطاتهم موادًا ملوثة أو مشوهة للمحيط.

يتحمل المترشحون مسؤولية ممارسات القائمين بحملتهم ومناضليهم كما يقومون بتزكية جميع مواد حملتهم الدعائية صراحة من خلال التأشير الواضح عليها.

تسهر الأطراف على تسهيل نفاذ المسؤولين والمراقبين المعتمدين من قبل الهيئة العليا المستقلة للانتخابات لجميع اجتماعاتهم السياسية العامة ولكل نشاط انتخابي يقومون به كما تسهل وتفسح المجال للهيئة العليا المستقلة للاتصال السمعي البصري لدائرة أو محكمة المحاسبات للقيام بعملها.

علاوة على ما سبق ذكره تلتزم الأطراف الموقعة بالتعاون مع الهيئة العليا المستقلة للانتخابات وبالمشاركة النشطة في جميع آليات التشاور والتنسيق التي تضعها هذه الأخيرة، كما تلتزم بالتعاون مع قوات الأمن لتعزيز بيئة انتخابية سليمة وللحفاظ على الأمن العام.

العملية الانتخابية:

تتعاون الأطراف - ومرشحوها وممثلوها ونشطاؤها- مع مسنولي الهيئة العليا المستقلة للانتخابات وفقًا للقانون الجاري به العمل لضمان حسن سير جميع مراحل التصويت وعمليات الفرز وإعلان النتائج ويتأكد كل منها من أن يحمل ممثلوه المفوضون بطاقات الهوية المثبتة لصفاتهم.

ويلتزم كل طرف مصادق على ميثاق الشرف:

أ - بالتعاون مع أعوان الهيئة العليا المستقلة للانتخابات لضمان إجراء انتخابات سليمة ومنظمة ولضمان حرية الناخبين الكاملة ممارسة حقهم في التصويت دون التعرض لأي مضايقة أو إعاقة.

ب - بالامتناع عن أي نشاط ذي علاقة بالحملة بعد نهاية المهلة القانونية المحددة وفي الأماكن المجاورة مباشرة لمراكز الاقتراع.

ت - بضمان سلامة أعوان الهيئة العليا المستقلة للانتخابات وأمنهم قبل الانتخابات وأثناء وبعدها.

ث - باحترام الأعوان والمراقبين والمشرفين المعتمدين على الانتخابات.

ج - بالحفاظ على سرية التصويت والمساعدة على احترامها.

تمتنع الأطراف المصادقة على ميثاق الشرف عن:

أ - الحصول على أصوات عن طريق التواجد داخل مكاتب الاقتراع أو القيام بأنشطة غير قانونية في تلك المكاتب أو في الأماكن المحيطة بها.

ب - نشر معلومات كاذبة حول العملية الانتخابية أو محاولة تضليل الناخبين.

ت - القيام بأي شكل من أشكال الضغط أو التضليل على الناخبين من أصحاب الاحتياجات الخاصة أو الأميين أو ذوي القدرات المحدودة وعن استغلال النفوذ للحد من حرية اختيارهم.

ث - إعاقة عمل أعوان الهيئة العليا المستقلة للانتخابات أو التشويش على عملية التصويت أو عملية فرز الأصوات.

تمتنع الأطراف المصادقة على ميثاق الشرف عن:

أ - تقديم الأموال أو الهبات أو الهدايا للناخبين بما يتجاوز ما يسمح به التشريع وعن ترهيبهم أو تهديدهم قصد إجبارهم على التصويت لصالح حزب أو مرشح معين أو ضده وكذلك عن تحريضهم على عدم التصويت لصالح حزب أو مرشح معين أو ضده وكذلك عن تحريضهم على عدم التصويت.

ب- تقديم الأموال أو الهبات أو الهدايا للأشخاص وعن ترهيبهم أو تهديدهم قصد إجبارهم على الترشح أو عدم الترشح وكذلك عن إجبارهم على سحب أو عدم سحب ترشحهم.

ت - تقديم الأموال أو الهبات أو الهدايا لأي أشخاص بما يتجاوز ما يسمح به التشريع وعن ترهيبهم أو تهديدهم قصد إجبارهم على تزكية مترشح أو عدم تزكيته.

ث - محاولة تقديم الأموال أو الهبات أو الهدايا لعون أو مسئول من الهيئة العليا المستقلة للانتخابات أو أي مؤسسة رسمية لدعم أو عرقلة انتخابات مرشح بعينه.

ج - عن استعمال وسائل نقل بغرض التأثير على الناخبين يوم الاقتراع.

ح - السماح بأي شكل من التزوير أو بانتحال هوية ناخبين.

كما تسعى الأطراف أثناء كل مراحل المسار الانتخابي لتوفير عناصر تكافؤ الشروط والفرص لأجل مشاركة أفضل للنساء والشباب والمسنين، وتبذل ما أمكن من جهد لتشجيع وتيسير مشاركة الفئات المهمشة والفقيرة وذات الإمكانات المتدنية.

قبول نتائج انتخابات واستفتاءات حرة ونزيهة:

يلتزم كل طرف مصادق على ميثاق الشرف:

أ - بقبول نتائج الاقتراع حين الإعلان عنها والمصادقة على صحتها من قبل الهيئة العليا المستقلة للانتخابات، والاعتراف بالمؤسسات المنبثقة عنها.

ب - باعتماد السبل القانونية للطعون والامتنال لقرارات الهيئات المسؤولة عن البت فيها وعن تسوية النزاعات.

ت - بالإعراض عن الاستخدام المجحف لحق الطعن والشكوى أو القيام بتصريحات كاذبة أو عبثية أو كيدية أو بهدف عرقلة العملية الانتخابية أو تشويهها والتشكيك فيها من دون حق.

ث - بالاعتراف بالنتائج برحابة صدر في حال فوز طرف منافس وحث الأنصار على قبولها.

ج - بالتخلي عند الفوز بالتواضع وضبط النفس.

تسلم الأطراف المصادقة بأن كل المترشحين مهما كانت انتماءاتهم يصبحون فور انتخابهم ممثلين لكافة الشعب فتلتزم بالتصرف على هذا يصبحون فور انتخابهم ممثلين لكافة الشعب فتلتزم بالتصرف على هذا الأساس قبل الاقتراع وأثناءه وبعده مهما كانت نتائج الانتخاب.

التمويل والشفافية:

وعياً منها بحساسية المسألة المالية وتأثيرها الجسيم على نزاهة العملية الانتخابية ومصداقيتها وبأهمية احترام مقتضيات الشفافية ودرء كل مظاهر اللبس والريبة فيما يتعلق بتمويل الأنشطة السياسية وبالتوظيف السليم للمال قبل الحملة وأثناءها وبالتصرف

الرشيء فيه وفق المبادئ والقواعد التي ينص عليها القانون وبعءم استعماله في أنشطة من شأنها التأثير السلبي على الناخب بشراء ذمته والنيل من كرامته، وإعلاءً منها لمبادئ الشرف وحسن النية في الإدارة المالية للحملات الانتخابية.

تلتزم الأطراف المصادقة بـ

أ - الامتثال لمبدأ التخصيص المالي المرتبط بالطابع الانتخابي للنفقات وللضوابط التي جاء بها القانون والنصوص والتراتب والضوابط المتعلقة بالتمويل الذاتي والخاص والعمومي؛ وباحترام سقف النفقات الانتخابية بما يضمن المساواة بين مختلف الأطراف المتنافسة.

ب - بذل كل العناية والحرص والدقة عند إجراء العمليات المالية من خلال الحساب البنكي الوحيد بما يضمن شفافيتها ومصداقيتها.

ت - فتح حساب بنكي وحيد وتنزيل جميع العمليات به من قبض وصرف ثم غلقه طبقاً للتشريع الجاري به العمل والنصوص والتراتب والضوابط المتصلة.

ث - التدقيق في مصدر كل تحويل بنكي أو بريءي أو تمويل يقوم به كل شخص لفائدتها بما يكفل الحؤول دون خرق المقتضيات القانونية.

ج - الحرص على متابعة جميع العمليات والاحتفاظ بجميع الوثائق المثبتة لها بشكل يسهل كل عملية مراقبة ومتابعة.

ح- إيداع جميع الوثائق والمستندات بما في ذلك الحساب الجاري لدى الجهات الرقابية المختصة.

خ - إرجاع مقدار المنحة العمومية في صورة عدم الحصول على نسبة الأصوات المقررة في القانون الانتخابي في الآجال القانونية.

د - مسك حسابات قانونية دقيقة ومفصلة وتضمن جميع العمليات بشكل واضح غير قابل للتأويل.

ذ - القيام بجميع المصاريف بواسطة الصكوك والتحويلات البنكية في حدود السقف المضبوط في النص وبعدم استعمال أساليب التجزئة أو أي أسلوب آخر قصد التفصي من هذا الواجب. تمتنع الأطراف المصادقة عن:

أ - قبول أي تمويل أجنبي بصفة مباشرة أو غير مباشرة وذلك عبر أشخاص أو جمعيات أو شركات أو جهات حكومية أو غير حكومية.

ب - توظيف الجمعيات أو أي شخص أو ذات معنوية كواجهة لتمير أي شكل من أشكال التمويل السياسي الذي يحجره القانون.

ت - اللجوء إلى أي وسيلة ملتوية أو استغلال أي فراغ تشريعي بغرض القيام بأعمال تكون في جوهرها مخالفة لأخلاقيات العمل السياسي ولروح التشريع النافذ.

ث - مسك محاسبة موازية.

تلتزم الأطراف المصادقة بـ

أ - تسهيل كل عملية مراقبة أو تدقيق مالي تقوم بها الجهات المختصة.

ب- القبول بأي قرار يصدر عن الهيئات الرقابية وما ينجز عنها مع تأكيد الحق في الاعتراض والنقض في إطار الإجراءات القانونية السارية المفعول.

تدابير تطبيق ميثاق الشرف:

يقوم كل طرف مصادق على هذا الميثاق بنشره وتعزيز احترامه في جميع المناسبات وبكل الوسائل والتعريف به لدى قيادته وأعوانه وأعضائه ونشطاءه وممثليه وأنصاره كما لدى عامة

الجمهور، وتحقيقاً لهذه الغية تتخذ الأطراف جميع التدابير اللازمة لتحسيس مناصريها وتدريبهم وتذكيرهم كلما أمكن بالقواعد الرئيسية للميثاق والالتزامات التي يتضمنها.

وتعتمد آليات داخلية لتشخيص المخالفات والانتهاكات الممكنة ولاتخاذ إجراءات تأديبية بشأن ذلك كلما اقتضى الأمر والقيام بتدابير تصحيحية عملياً، وعياً منها بأن التعاون وتوفير المعلومة يساهمان في بناء وتعزيز ثقة الناخبين، تسعى الأطراف السياسية والمرشحة لإنشاء وترسيخ سبل الاتصال والتواصل الفعال فيما بينها من أجل إرساء الحوار البناء حول القضايا المطروحة وبغاية التوقي من النزاعات وحلها في حال حدوثها بأسرع وقت ممكن وبشكل سلمي.

تلتزم الأطراف المصادقة على ميثاق الشرف:

أ - ببذل الجهود اللازمة للمحافظة على التواصل مع الأطراف الأخرى الممضية على الميثاق.

ب - بإحداث آلية دائمة تطلق عليها تسمية «لجنة المتابعة» دورها تأطير الحوار والتنسيق بين الأطراف وإصدار التقارير ونشرها عن تنفيذ مقتضيات الميثاق وعن الإخلالات به والمخالفات؛ وتلتزم بالمشاركة النشطة فيها، تشتغل لجنة المتابعة بمعية الهيئة العليا المستقلة للانتخابات والمؤسسات الأخرى ذات الاختصاص وتحت رعايتها ويمكن لها اللجوء لوساطات من خارجها إن رأت فائدة في ذلك.

ت - بتعيين ممثلين لها في لجنة التابعة واستخدام هذا بشكل أولوي لتبادل المعلومات ومناقشة القضايا ذات الاهتمام المشترك وتسوية خلافات على مدار مراحل العملية الانتخابية.

ث - بالتحفظ عن كشف المداولات بينها المرتبطة بمتابعة ميثاق الشرف وتحييدها عن التوظيف الدعائي والسجلات العامة.

ج - بالسعي لإرساء التوافق ودعمه واحترامه في إطار لجنة المتابعة.

تلتزم الأطراف بإحالة أية مسألة تتعلق بتطبيق ميثاق الشرف أو بانتهاكات محتملة إلى لجنة المتابعة بغاية الإعلام واتخاذ التدابير الوقائية، كما تلتزم بالمشاركة النشطة في المناقشات وبالمساهمة الفعالة في إيجاد الحلول وتنفيذ التوصيات المنبثقة عنها.

بالإضافة لما سبق ذكره وفي سبيل تجسيد القواعد الأخلاقية والسلوكية التي اعتمدها تسعى الأطراف لعقد توافقات ومواثيق شرف مع فئات أخرى من المتدخلين في المسار الانتخابي والمعينين به على غرار المؤسسات الإعلامية والاتصالية والمنظمات المهنية والنقابية للصحفيين ومهنيي الاتصال وبوجه خاص تلك التي لا تخضع لإشراف الهيئة العليا للاتصال السمعي البصري، تُقام هذه المساعي بالتشاور والتنسيق مع هذه الهيئة ومع الهيئة العليا المستقلة للانتخابات.

تجسيدا لغاية توسيع نطاق الترويج للقيم الأخلاقية والسلوكية المتفق عليها وتعميم تبني مبادئ العدل والإنصاف والنزاهة والشفافية في التعاطي مع الاستحقاق الانتخابي والقبول بالتعددية وممارسة الاختيار الحر والمستنير.

تعتمد الأطراف أدوات مقتبسة من ميثاق الشرف وصيغ ميسرة منبثقة عنه تضعها في متناول كافة الفئات الاجتماعية تقوم بتوزيعها على منظورها وعلى المواطنين والمواطنات على أوسع نطاق ممكن، كما تقوم بإعلانات مشتركة لنفس الغاية عند الاقتضاء.

تسوية النزاعات:

تلتزم الأطراف المصادقة على هذا الميثاق بالبحث النشط وفي مقام أول عن حلول سريعة وسلمية وتشاورية لأي خلاف أو نزاع قد ينشأ خلال العملية الانتخابية.

في حال فشل الآليات التشاورية في فض النزاع تلتزم الأطراف بعدم التعسف واللجوء إلى حق الطعن والشكوى وممتنع عن استخدام التصريحات الكاذبة أو العنيفة أو الكيدية قصد عرقلة العملية الانتخابية أو تشويهها. كما تمتنع الأطراف عن القيام بأي أفعال أو تصريحات من شأنها أن تعرقل سير إجراءات التقاضي أو تؤدي لأعمال عنف.

دخول الميثاق حيز التنفيذ:

تلتزم الأطراف باحترام ميثاق الشرف هذا بداية من لحظة توقيعه.

تم إنجاز هذه الوثيقة من خلال الحوار بين مجموعة من الأحزاب السياسية التونسية
بمساعدة مركز الحوار الإنساني- جويلية ٢٠١٤ تونس.

القواعد التي تحكم التغطية الإعلامية^(١)

توصيات اللجنة الوزارية لمجلس أوروبا:

لجنة الوزراء، بعد الاطلاع على أحكام المادة ١٥ (ب) من النظام الأساسي لمجلس أوروبا،

إذ تلفت إلى أهمية دور الإعلام في المجتمعات الحديثة، وخصوصًا وقت الانتخابات؛

وإذ تشدد على الأهمية الخاصة لمبدأ الاستقلالية التحريرية للإعلام في فترات الانتخابات؛

وإذ تدرك الحاجة لمراعاة الاختلافات الكبيرة القائمة بين الإعلام المطبوع والبثي؛

وإذ تؤكد وجوب أن تكون تغطية الإعلام البثي للانتخابات عادلة ومتوازنة ومحيدة؛

وإذ تعتبر الأجهزة العامة للإعلام البثي تتحمل مسؤولية خاصة في ضمان التغطية العادلة،

والشاملة للانتخابات في برامجها، وهو ما قد يتضمن منح الأحزاب السياسية، والمرشحين وقت بث

حرًا؛

وإذ تشير إلى وجوب إبقاء اهتمام خاص ببعض السمات الخاصة لتغطية الحملات الانتخابية،

مثل نشر استطلاعات الرأي، والدعاية السياسية المدفوعة الأجر، وحق الرد وأيام التفكير والترتيبات

الخاصة بفترة قبل الانتخابات؛

وإذ تشدد على الدور المهم لقواعد التنظيم الذاتي الموضوعية من قبل الإعلاميين أنفسهم في

شكل، مثلًا، أدلة للسلوك المهني- تضع مبادئ توجيهية للممارسة السليمة لتغطية مسئولة ودقيقة

ونزيهة للحملات الانتخابية؛

وإذ تدرك الطابع التكاملي للقواعد المنظمة وقواعد التنظيم الذاتي هذا المجال؛

١ - ترجمة غير رسمية.

واقتناعاً منها بفائدة وجود أطر عمل مناسبة لتغطية الإعلامية للانتخابات في الإسهام في إجراء انتخابات حرة وديمقراطية، مع الوضع في الاعتبار اختلاف المناهج القانونية، والعملية للدول الأعضاء في هذا المجال، وحقيقة أن هذه الأطر يمكن أن تخضع لفروع مختلفة في القانون؛

وإذ تقر بوجوب أن يحترم أي إطار تنظيمي لتغطية الانتخابات المبدأ الأساسي لحرية التعبير المحمي بموجب المادة ١٠ من الاتفاقية الأوروبية لحقوق الإنسان، كما فسرتها المحكمة الأوروبية لحقوق الإنسان؛

وإذ تستدعي المبادئ الأساسية الواردة في القرار رقم ٢ الذي اعتمد في المؤتمر الوزاري الرابع بشأن سياسات الإعلام الجماهيري (براغ، ديسمبر ١٩٩٤) والواردة في التوصية رقم آر ١٠ (لسنة ٩٦) الصادرة عن لجنة الوزراء بشأن ضمان استقلال الخدمات العامة للبث؛

توصي بأن تدرس حكومات الدول الأعضاء السبل الكفيلة لضمان احترام مبادئ النزاهة، والتوازن، والحياد في تغطية الإعلام للحملات الانتخابية، بأن تبحث تبني تدابير لتطبيق هذه المبادئ في القوانين، والممارسات الداخلية أينما تقضي الحاجة، وبما يتفق مع القانون الدستوري. نطاق التوصية:

يجب تطبيق مبادئ الإنصاف والتوازن والحياد في تغطية الإعلام للحملات الانتخابية على جميع أشكال الانتخابات السياسية التي تُجرى في الدول الأعضاء، أي الانتخابات الرئاسية والتشريعية، والإقليمية، وكلما أمكن، على الانتخابات المحلية والاستفتاءات السياسية.

ويجب أيضاً إذا اقتضى الأمر، تطبيق هذه المبادئ على التناول الإعلامي للانتخابات التي تُجرى بالخارج، وخصوصاً عندما تخاطب وسائل الإعلام هذه مواطني البلد الذي تُجرى به الانتخابات.

أولاً: التدابير الخاصة بالإعلام المطبوع:

١- حرية الصحافة:

لا يجوز أن تحد الأطر التنظيمية للتغطية الإعلامية للانتخابات من الاستقلال التحريري للصحف أو المجلات، ولا من حقها في التعبير عن خيار سياسي ما.

٢- وسائل الإعلام المطبوعة المملوكة للسلطات العامة:

على الدول الأعضاء أن تتخذ إجراءات ينبغي بموجبها على وسائل الإعلام المطبوع المملوكة للسلطات العامة عند تغطيتها للحملات الانتخابية أن تفعل ذلك بطريقة عادلة ومتوازنة ومحيدة، ودون تأييد أو تمييز ضد حزب أو مرشح سياسي ما.

فإذا قبلت هذه الوسائل الإعلامية نشر دعاية سياسية مدفوعة الأجر في إصداراتها، ينبغي عليها أن تضمن أن كل من يطلبون شراء مساحات إعلانية بإصداراتها من الأحزاب، والمتنافسين السياسيين يتم معاملتهم على قدم المساواة وبطريقة غير تمييزية.

ثانيًا: الإجراءات الخاصة بالإعلام البثي: ^(١)

١- الإطار العام:

يجب أن تشجع الأطر التنظيمية، وتسهل التعبير التعددي للآراء في الإعلام البثي خلال الحملات الانتخابية.

كما ينبغي أن تنص الأطر التنظيمية على التزام صحفيي الإعلام البثي بتغطية الحملات الانتخابية بطريقة نزيهة، ومتوازنة، ومحيدة في كل برامجهم، مع الاحترام الواجب لاستقلالهم التحريري. ويجب أن يسري مثل هذا الالتزام على كل من صحفيي الإعلام البثي العام، والخاص في مناطق الإرسال الخاصة بكل منهم.

كذلك يجب تطبيق قواعد التغطية العادلة، والمتوازنة والمحايدة للحملات الانتخابية من قبل الإعلام البثي، في الدول الأعضاء التي تُحدد مفهوم «فترة ما قبل الانتخابات» بموجب تشريع وطني، في فترة ما قبل الانتخابات.

٢- برامج الأخبار والشئون الجارية:

عندما لا تنص أطر التنظيم الذاتي على ذلك، يجب على الدول الأعضاء أن تتخذ إجراءات ينبغي بموجبها على محطات الإعلام البثي العامة والخاصة أن تتخلى، لاسيما وقت الانتخابات، بالعدالة، والتوازن، والحياد في برامج الأخبار، والشئون الجارية الخاصة بما في ذلك البرامج الحوارية مثل المقابلات والسجلات.

ولا يجوز أن تمنح محطات الإعلام البثي أي معاملة تفضيلية للسلطات العامة في هذه البرامج، وينبغي إبراز هذا الأمر - وبشكل أساسي- من خلال تدابير مناسبة في أطر التنظيم الذاتي، وإذا اقتضى الأمر، يجوز للدول الأعضاء أن تدرس ما إذا كان الأمر يستوجب - من الناحية العملية- إعطاء السلطات المختصة بمراقبة تغطية الانتخابات صلاحية التدخل لعلاج أوجه القصور المحتمل حدوثها.

٣- البرامج الأخرى:

ينبغي إيلاء عناية خاصة للبرامج الأخرى، ما دون برامج الأخبار، والشئون الجارية، التي لا تتناول مباشرة الحملة الانتخابية، لكن قد يكون لها أيضًا تأثيرًا على توجهات الناخبين.

٤- فترة البث الحر المخصصة للمرشحين والأحزاب السياسية في الإعلام البثي العام:

يجوز للدول الأعضاء أن تبحث مدى مواءمة أن تضمن أطرها التنظيمية أحكامًا تُخصص بموجبها فترة بث حر للمرشحين والأحزاب السياسية في وسائل الإعلام البثي العامة وقت الانتخابات.

فإذا كان منح فترة البث هذه مقررًا، ينبغي أن يتم ذلك بطريقة عادلة وغير تمييزية وقائمة على معايير الشفافية، والموضوعية.

٥- الدعاية السياسية مدفوعة الأجر:

وفي الدول الأعضاء التي يُسمح فيها للمرشحين، والأحزاب السياسية بشراء مساحات إعلانية لأغراض انتخابية، ينبغي للأطر التنظيمية أن تكفل ما يلي:

- ينبغي أن تكون إمكانية شراء مساحات إعلانية متاحة لجميع الأطراف المتنافسة، وبشروط وأجور متساوية.

- أن يكون الجمهور على علم بأن الرسالة هي إعلان سياسي مدفوع الأجر.

يجوز للدول الأعضاء أن تنظر في استحداث بند في أطرها التنظيمية، يحدد قدر مساحة الإعلان السياسي التي يُخول لحزب، أو مرشح ما شراؤها.

ثالثًا: إجراءات تتعلق بكل من الإعلام المطبوع والبثي:

١- التوقف عن الحملات الانتخابية «يوم التفكير»^(٣)

يجوز للدول الأعضاء أن تبحث في جدوى إدراج نص في أطرها التنظيمية يحظر نشر الدعاية الانتخابية الحزبية في السابق على يوم الاقتراع.

٢- استطلاعات الرأي:

يجب أن تكفل الأطر التنظيمية، وأطر التنظيم الذاتي أن وسائل الإعلام عند نشرها لنتائج استطلاعات الرأي تزود الجمهور بمعلومات كافية لإصدار حكم حول قيمة الاستطلاعات، وقد تتضمن مثل هذه المعلومات، بصفة خاصة:

- تسمية الحزب السياسي، أو منظمة، أو الشخص الذي كُلف بعمل الاستطلاع وبمصاريفه.

- تحديد المنظمة التي تُجري الاستطلاع، والمنهجية المستخدمة في إجرائه.

- بيان حجم العينة المستخدمة في إجراء الاستطلاع، وهامش الخطأ في النتائج.

- بيان تاريخ و/ أو الفترة التي أُجري فيها الاستطلاع.

أما جميع المسائل الأخرى التي تتعلق بالطريقة التي تعرض بها وسائل الإعلام نتائج استطلاعات الرأي فيجب تقريرها من قبل وسائل الإعلام نفسها.

وأي قيد من قبل الدول الأعضاء يحظر نشر/ بث استطلاعات الرأي في يوم الاقتراع، أو في عدد من الأيام قبل الانتخابات ينبغي أن يخضع للمادة ١٠ من الاتفاقية الأوروبية لحقوق الإنسان كما فسرتها المحكمة الأوروبية لحقوق الإنسان.

وبالمثل يجوز للدول الأعضاء أن تقرر، بالنسبة لاستطلاعات اتجاهات تصويت الناخبين عند خروجهم من مراكز الاقتراع حظر نشر وسائل الإعلام لنتائج هذه الاستطلاعات إلى أن تُعلق جميع مراكز الاقتراع في الدولة.

٣- حق الرد.

٤- نظرًا لقصر فترة الحملة الانتخابية فإن مرشح، أو حزب سياسي يستحق حقًا في الرد - في إطار القانون أو الأنظمة الوطنية- يجب تمكينه من ممارسة هذا الحق خلال فترة الحملة الانتخابية.

رابعًا: تدابير لحماية الإعلام أثناء الانتخابات:

١- عدم تدخل السلطات العامة:

ينبغي على السلطات العامة أن تنأى عن التدخل في عمل الصحفيين، وغيرهم من العاملين في وسائل الإعلام بهدف التأثير على الانتخابات.

٢- حماية وسائل الإعلام من الهجوم عليها، أو تهديدها، أو أي ضغوط غير مشروعة أخرى:

يجب على السلطات العامة أن تتخذ التدابير الواجبة للحماية الفعالة للصحفيين ولغيرهم من العاملين في وسائل الإعلام ولمقرات عملهم، وتزداد أهمية هذه الحماية خلال الانتخابات، وفي الوقت نفسه، لا ينبغي لهذه الحماية أن تعيق قيامهم بعملهم.

مذكرة تفسيرية

مقدمة:

- ١- يلعب الإعلام دورًا مهمًا في المجتمع الحديث كوسيلة لنشر المعلومات، ويكتسب هذا الدور أهمية خاصة وقت الانتخابات، نظرًا لحقيقة أو وسائل الإعلام، عبر أداء أنشطتها بطريقة نزيهة، تُسهم في إيجاز انتخابات حرة، وديمقراطية.
- ٢- الانتخابات الحرة، والنزاهة إحدى الدعائم الأساسية للدول الديمقراطية، والتزام مجلس أوروبا تجاه جميع المسائل المتعلقة بحقوق الإنسان، والديمقراطية يقوده إلى بحث مسألة الإعلام والانتخابات من منظور أوروبي من خلال المجموعة عبر الحكومية للمتخصصين في الإعلام (إم إم- إس- إي بي) (٣).
- ٣- الاختصاصات الواسعة للمجموعة عبر الحكومية للمتخصصين في الإعلام، والتي أعدت بموجبها هذه التوصية، وُضعت لكي تقوم المجموعة بتحديد ودراسة الموضوعات التي يمكن أن تساعد على تشجيع تكامل الدول الأعضاء الجدد في مجال الإعلام؛ لذلك كانت مهمة المجموعة بحث الموضوعات المتعلقة بقوانين وسياسات الإعلام التي تهم كلاً من الديمقراطيات الجديدة، والدول الأعضاء القدامى في مجلس أوروبا.
- ٤- ففي عام ١٩٩٦، وعند مناقشة برنامج عملها في المستقبل، قررت المجموعة عبر الحكومية للمتخصصين في الإعلام أن تطور موضوع الإعلام والانتخابات؛ لأنه يقع ضمن اختصاصاتها، ولأن الموضوع له بعد أوروبي شامل يهم بلدان أوروبا الوسطى، والشرقية والغربية على حد سواء.
- ٥- لقد كان أول إجراء اتخذته المجموعة عبر الحكومية للمتخصصين في الإعلام -بهدف تكوين نظرة شاملة عن هذا الموضوع- أن عقدت اجتماعًا للاتصال بالإعلاميين ذوي الاختصاص، وقد ضم الاجتماع ممثلين عن السلطات التنظيمية للبحث، وعن

المنظمات غير الحكومية المدافعة عن حرية التعبير، وعن معاهد البحوث، وصحفيين ومستشارين سياسيين، من ذوي الخبرة العملية في تغطية الانتخابات.

٦- اتضح خلال الاجتماع أن التغطية الإعلامية للانتخابات مسألة معقدة يمكن معالجتها عبر تدخل تنظيمي، أو عبر التنظيم الذاتي أو هي مسألة متروكة حتى دون تنظيم في بعض الدول الأعضاء، ثمة إذن مجموعة متنوعة من المقترحات لهذه المسألة.

٧- إن الأطر التنظيمية المتضمنة أحكامًا حول مساواة وسائل الإعلام بين الأحزاب السياسية في المعاملة موجودة في بلدان كثيرة، لكن بصفة عامة ثمة أوجه قصور في الممارسة، وبعض هذه الأطر غير كافية، وهو أحد الأسباب التي دفعت المجموعة عبر الحكومية للمتخصصين في الإعلام أن تقرر إعداد توصية بشأن تغطية الإعلام للانتخابات.

٨- وقد اعتبر أن وضع بعض المبادئ العامة في هذا الشأن في شكل توصية من لجنة الوزراء، قد يكون مفيدًا في صيانة حرية التعبير وقت الانتخابات، وتكون هذه المبادئ بمثابة دليل إرشادي للصحفيين، والسياسيين، والقضاة المشاركين في العملية الانتخابية، بالإضافة إلى ذلك، فقد تم التأكد من أن مثل هذه التوصية يمكن أن تفيد أيضًا في حماية الصحفيين من الضغوط السياسية أثناء الحملات الانتخابية.

٩- إن الشعور بالحاجة إلى وجود إطار تنظيمي واضح لأداء وسائل الإعلام أثناء الانتخابات يتجلى بصورة خاصة في بعض الديمقراطيات الحديثة، حيث تُعتبر مثل هذه الأطر ضرورية لضمان توافر حد أدنى من معايير الانتخابات الديمقراطية.

١٠ ثمة ميزة أخرى للتنظيم المحكم في هذا المجال؛ وهي أنه يمكن أن يساهم في صياغة المعايير بين الإعلاميين المتخصصين في تغطية الانتخابات.

١١- لقد تبنت المجموعة عبر الحكومية للمتخصصين في الإعلام عند إعداد التوصية منظورًا واسعًا يشمل مختلف الأوضاع على المستوى الوطني، وكانت حذرة في تجنب

أي نوع من التدخل في الاستقلالية التحريرية لوسائل الإعلام، وبالإضافة إلى ذلك، هنالك إقرار في أنحاء التوصية بقيمة إجراءات التنظيم الذاتي المتبناة من قبل الإعلاميين أنفسهم، مثل أدلة السلوك المهني، أو مواثيق الشرف الصحفي.

١٢- وفي السياق السابق قامت المجموعة عبر الحكومية للمتخصصين في الإعلام بإعداد التوصية المتعلقة بالتغطية الإعلامية للحملات الانتخابية، واستغرق إعداد هذه التوصية خمسة اجتماعات برئاسة السيدة «كارولين موريسون Carolyn Morrison» (المملكة المتحدة) وأتمت مجموعة المتخصصين في الإعلام عملها من منظور أوروبي في مارس/ آذار ١٩٩٩، وبعد موافقة اللجنة التوجيهية للإعلام(٤)، اعتمد النص من قبل لجنة الوزراء في ٩ سبتمبر/ أيلول ١٩٩٩ تحت مسمى التوصية رقم أر (٩٩) ١٥.

تعليقات على أحكام التوصية

ديباجة:

تحدد الديباجة الأهداف والمبادئ الأساسية لهذه التوصية، ومعظم الأفكار الواردة في الديباجة مشروحة بمزيد من التفصيل في الجزء التنفيذي من التوصية.

تشير الديباجة إلى الحاجة إلى تحقيق التوازن الأمثل بين احترام الاستقلالية التحريرية للإعلام، والحاجة إلى قواعد معينة تضمن نزاهة الإعلام وقت الانتخابات، والتأكد على هذا التوازن من أهم الشواغل في كل ثانيا التوصية.

كما تُبرز الديباجة أيضًا قيمة التنظيم الذاتي في ضمان نزاهة الإعلام أثناء الانتخابات، فمن المسلم به أن التدابير الطوعية المتبناة من قبل الإعلاميين أنفسهم، لاسيما في شكل دليل السلوك المهني المتعلق بالحملات الانتخابية، أو القواعد الإرشادية الداخلية للأداء السليم لتغطية مسئولة ونزيهة للحملات الانتخابية، مفيدة وهي خطوة تكميلية ضرورية للتشريعات، أو القواعد الموضوعية من قبل الدولة في هذا المجال.

نظرًا للأهمية المدركة للإعلام البثي، وتأثيره على الناخبين، فإن معظم المبادئ الواردة في التوصية تشير إلى الإعلام البثي. وتشير الديباجة إلى وجوب إيلاء الواجب للاختلافات المهمة بين الإعلام المطبوع والإعلام البثي.

وتعيد الديباجة أيضًا ذكر مبدأ التغطية العادلة، والمتوازنة، والنزيهة للانتخابات من قبل الإعلام، كما يرد في الديباجة كذلك ذكر مسائل أخرى مثل تخصيص وقت بث حر للأحزاب السياسية، أو لجوء الأحزاب السياسية إلى الدعاية مدفوعة الأجر، أو استخدام الإعلام لاستطلاعات الرأي خلال الحملات الانتخابية.

التوصية:

وفيما يحص صياغة التوصية الفعلية، فقد اتجهت إلى أنه ينبغي أن يُطلب من الدول الأعضاء أن تدرس سبلاً لضمان احترام مبادئ التغطية العادلة، والمتوازنة، والنزيدة للانتخابات من قبل الإعلام، وأن نبحت تبني تدابير لتطبيق هذه المبادئ في القانون، والممارسة المحلية عند الاقتضاء وبما يتفق والقانون الدستوري، وقد اعتُبرت الإحالة الأخيرة ضرورية كضمانة، نظراً للاختلافات بين الدول الأعضاء في هذا المجال.

نطاق التوصية:

من حيث المبدأ، تغطي التوصية إلى حد ما كل أنواع الإعلام المطبوع والبثي، العام أو الخاص، ومع ذلك، فإن معظم الأحكام تخص الإعلام البثي بنوعيه العام والخاص، وفي كل مبدأ أو حكم تحدد التوصية نوع الإعلام الذي يشير إليه هذا المبدأ أو الحكم.

وفيما يحص نوع الانتخابات المشار إليها في التوصية، فإن كل الانتخابات السياسية التي تجرى في الدول الأعضاء مشمولة من حيث المبدأ، ويعني ذلك الانتخابات الرئاسية والتشريعية (بما في ذلك انتخابات البرلمان الأوروبي) والإقليمية، والبلدية، وكذلك الاستفتاءات السياسية، لكن من المسلم به أن بعض الأحكام لا تطبق مباشرة على كل هذه الانتخابات لأنه - على سبيل المثال - قد يصعب تطبيق بعض المبادئ على صعيد الانتخابات المحلية.

وإذا اقتضى الأمر، يُعتبر تطبيق مبادئ التغطية العادلة، والمتوازنة، والنزيدة للانتخابات من قبل الإعلام واجباً أيضاً على الانتخابات تجرى في البلد الذي تقع فيه الوسيلة الإعلامية.

فعلى الرغم من أنه من الطبيعي والمشروع أن تغطي وسائل البث المحلية (أي الوسائل التي لا تخاطب مواطني البلد الذي تُجرى فيه الانتخابات) الانتخابات الأجنبية من منظور

وطني، فإنه ينبغي عليها فعل ذلك بطريقة متوازنة، لاسيما إذا كان يتسنى لقطاع كبير من سكان البلد الذي تُجرى فيه الانتخابات استقبال بثهم.

من الجانب الآخر، ينبغي على وسائل الإعلام البثي التي تخاطب مواطني البلد الذي تُجرى فيه الانتخابات احترام مبادئ النزاهة، والتوازن، والحياد بدرجة أكبر، ويسري ذلك بصورة أساسية في حالتين:

أ - عندما تخاطب وسيلة الإعلام البثي جمهور البلد الذي تُجرى فيه الانتخابات.

ب - عندما تخاطب وسيلة الإعلام البثي أعضاء جالية مغتربة (عمالاً مهاجرين على سبيل المثال) يتمتعون بحق التصويت في البلد الذي تُجرى فيه الانتخابات.

التدابير المتعلقة بالإعلام المطبوع

بصفة عامة لا توجد قواعد خاصة لتنظيم كتابة التقارير أو أسلوب التحرير في تغطية الصحافة للانتخابات التي تُجرى في الدول الأعضاء بالمجلس الأوروبي، فالصحافة حرة في أن يكون لها توجه سياسي مميز، انطلاقًا لاختلاف طبيعة الإعلام المطبوع عن الإعلام البثي؛ فنسبة إطلاع الجمهور على الصحف، ودرجة تأثيره بها تختلفان بشكل ملحوظ بالمقارنة مع الإعلام البثي.

وعلى الرغم مما تقدم، فإن ثمة حالة واحدة تبرر وجود إطار تنظيمي لوسائل الإعلام المطبوع وقت الانتخابات، وهي أن تكون وسيلة الإعلام المطبوع مملوكة لسلطة عامة، يبدو منطقيًا وجوب أن تكون الوسيلة تحت الالتزام بتقديم وجهة نظر واسعة تمثل محيط الآراء السياسية ككل، ولا تشمل هذه الحالة الجرائد الرسمية للدولة، التي تنشر فقط التشريعات، أو الإحصاءات أو غيرها من المعلومات الرسمية.

إن تنشر الإعلانات مدفوعة الأجر من الممارسات الشائعة في وسائل الإعلام للمطبوعة في أوروبا، ولذلك فإن مالكي لصحف أحرار - من حيث المبدأ- في قبول أو رفض طلبات الإعلان من الأحزاب السياسية، بشرط تطبيق القواعد العامة ذات الصلة، لاسيما تلك المتعلقة بالمنافسة، لكن يبقى أن التوصية تعتبر أنه عند امتلاك سلطة عامة صحفية ما، فإن المساواة في المعاملة، والتعريفات غير التمييزية ينبغي تطبيقها على جميع الأحزاب السياسية التي تطلب شراء مساحات إعلانية، ومرة أخرى، فإن الهدف من وراء هذا الاستثناء أنه يتعين على مثل هذه الصحف أن تؤدي «مهمة خدمية عامة»، وأن تعامل مختلف الأحزاب السياسية على قدم المساواة فيما يخص الإعلان مدفوع الأجر.

التدابير المتعلقة بالإعلام البثي

الإطار العام:

إذا روعيت اعتبارات التعددية من قبل محطات الإعلام البثي، فسيسهم ذلك في عقد انتخابات نزيهة، هذا هو المنطق من وراء التوصية التي نفيدها بأن الأطر التنظيمية يجب أن تشجع وتسهل تعددية التعبير عن الآراء في الإعلام البثي؛ فأغلب الظن أنه إذا تبنت محطات الإعلام البثي مقترَباً تعددياً؛ وعكست مختلف الآراء على الساحة السياسية، يمكنها أن تسهم في إعلام الناخبين، وفي التشكيل الحر لأرائهم، ومن ثم في عمل انتخابات حرة ونزيهة.

بينما تتمتع الصحافة المطبوعة بحرية في تغطية الانتخابات، فغالباً ما تضطر محطات الإعلام البثي إلى أن تتبع عدداً من الالتزامات وقت الانتخابات؛ لذلك تجعل التوصية من وجوب الإعلام البثي للانتخابات بطريقة عادلة، ومتوازنة، ومحايدة مبدئاً عاماً، ولا يعني ذلك بالطبع أن كل محطة بث (كقناة رياضية متخصصة مثلاً) ملزمة بتغطية الحملات الانتخابية؛ بل يعني أنه عند تقديم تغطية لانتخابات سواء بشكل طوعي أو إلزامي، يجب أن يتم ذلك بطريقة عادلة ومتوازنة، ومحايدة ولا يعني مبدأ المساواة في المعاملة بين جميع الأطراف المشاركة في الانتخابات بالضرورة تخصيص وقت متساوي الأطراف، بل يعني التيقن من التعرف على كل ذي أهمية من جهات النظر، ومن الأحزاب السياسية، إنه يعني الالتزام بالحوار الديمقراطي في الإعلام البثي، فالحياة السياسي للإعلام البثي يُعد ضرورياً، لإعطاء صورة حقيقية ودقيقة لسير الانتخابات وتقييمها.

وفي ضوء ما تقدم، تشير التوصية إلى وجوب أن تتضمن الأطر التنظيمية في الدول الأعضاء مبدأ المعاملة العادلة، والمتوازنة والمحايدة للأحزاب السياسية من قبل الإعلام البثي، إن مبدأ من هذا النوع يتواجد بالفعل في دساتير، أو تشريعات عدد من البلدان.

على الرغم من وجود تشريعات تتضمن مثل هذا المبدأ، فإنه من المسلم به أيضًا أن النظم الداخلية لوسائل الإعلام البثي، وأدلة السلوك المهني (أي كل أنواع إجراءات التنظيم الذاتي) ستكون هي العوامل التي تحدد بدرجة الكيفية التي تُغطى بها الانتخابات بالفعل.

تؤكد التوصية أن الالتزام بتغطية الانتخابات بطريقة عادلة ومتوازنة، ومحايدة يجب أن ينطبق على كل من وسائل الإعلام البثي العامة والخاصة، وهناك إجماع على وجوب أن تقدم وسائل الإعلام البثي الممولة من الدولة صورة كاملة، ومحايدةً للطيف السياسي عند تغطيتها للانتخابات نظرًا لطبيعة رسالة مثل هذه الوسائل، وهي خدمة الصالح العام، وتقديم طائفة متنوعة، وتعددية، وواسعة من الآراء في جميع الأوقات خاصة في فترات الانتخابات.

أما فيما يخص محطات الإعلام البثي الخاصة، فإنه ينبغي على مثل هذه المحطات أيضًا أن تلتزم بمبادئ الحياد؛ حيث هي الأخرى دورًا مهمًا في تشكيل الرأي العام وقت الانتخابات. لذلك يجب على جميع محطات الإعلام البثي الخاصة، بصرف النظر عن حجم جمهورها، أو نطاق تغطيتها، أو كونها قنوات متخصصة، أو مدفوعة، أن تخضع للالتزامات الخاصة بالحياد عند تناولها للانتخابات، لكن من المسلم به أن هذا المبدأ قد يُضطر إلى مراجعته في المستقبل، وأن تُراعى الاستثناءات في حالة قد يؤدي تعدد القنوات، والتطورات في دور الإعلام البثي إلى وضع قريب من ذلك الذي يوجد حاليًا في قطاع الإعلام المطبوع.

جانب آخر ينبغي أخذه ففي الاعتصار عند التزام محطات الإعلام البثي بأن تكون عادلة، متوازنة، محايدة، وهو أن التحقق من احترام محطة ما لهذا المبدأ يجب أن تكون على مستوى خدمة للبرامج الخاصة بالمحطة ككل على مدار فترة ما من الزمن، وليس بالضرورة في كل برنامج، فلابد لوسائل الإعلام البثي أن تكون متوازنة وأن تقدم مختلف وجهات النظر السياسية خلال الحملة الانتخابية ككل.

وفي البلدان التي تأخذ بفكرة فترة ما قبل الانتخابات، عادة ما يُفهم هذه الفترة هي الفترة بين الإعلان الرسمي عن الانتخابات، (أو الدعوة للانتخابات التي تُنشر في الجريدة الرسمية) والافتتاح الفعلي للحملة الانتخابية، بيد أن عددًا كبيرًا من البلدان لا تفرق بصورة رسمية بين فترة ما قبل الانتخابات، والفترة الرسمية للحملة الانتخابية.

ليس من السهل دائمًا التمييز بين عملية الانتخاب والنشاط السياسي العادي، فقد يحاول بعض الأطراف نقل رسالتهم إلى الجمهور في جميع الأوقات، بما في ذلك في فترة ما قبل الانتخابات؛ لذلك أحيانًا ما يُعتبر من واجب وسائل الإعلام البثي التزام الحياد، وعدم التمييز في هذه الفترة أيضًا، وتتضمن التوصية نصًا بهذا المعنى؛ بهدف ضمان أن تكون هذه الوسائل عادلة، ومتوازنة في تغطيتها للأخبار «العادية» خلال فترة ما قبل الانتخابات حيث قد تؤدي مثل هذه الأخبار إلى نشاط انتخابي.

برامج الأخبار والشئون الجارية:

ويُعتبر الالتزام بالنزاهة، والحياد ذا أهمية، والحياد ذا أهمية خاصة سواء في برامج الأخبار والشئون الجارية، أو البرامج الحوارية نظرًا لأن بعض الناس يعتمدون، بدرجة ما على هذه البرامج في تشكيل توجهاتهم التصويتية.

تعمل برامج النقاش، مثل المقابلات والسجلات كمتنيمات للتغطية الإخبارية العادية للانتخابات، وتكتسب أهمية لكونها تُمكن الجمهور من عقد مقارنات مباشرة بين المرشحين؛ لذلك ينبغي لتلك الأشكال من البرامج أن تعمل بطريقة عادلة، لكن تقرير الكيفية التي يجب تحقيق هذه العدالة من خلالها (مثل تقرير شكل، وعدد المشاركين، ومدة المشاركة.... إلخ) ينبغي أن يُترك لرؤية هيئة الإعلام البثي نفسها.

ثمة مشكلة أحيانًا ما تنشأ فيما يخص التغطية الإخبارية لحملة انتخابية وهي أن المسؤولين الحاليين في الحكومة، أي مرشحين يشغلون بالفعل مناصب رسمية، قد يحاولون

كسب ميزة لا تحقق من خلال التغطية الإخبارية الإضافية لأعمالهم الرسمية، ولذلك تشدد التوصية على أنه لا ينبغي إعطاء السلطات العامة أي معاملة تفضيلية في هذه البرامج.

إن تجنب المعاملة التفضيلية ينبغي أن يكون الهدف الرئيسي، فإن كان لمثل هذه المعاملة أن تحدث ينبغي أن تُتخذ تدابير لإعادة التوازن في صالح الأحزاب / المرشحين المتضررين، ويُعتبر النص على تصحيح الوضع في إجراء من إجراءات التنظيم الذاتي واجبًا كما يُستحسن أن تُبرر الأدلة الإرشادية الداخلية لأجهزة الإعلام البثي الالتزام بالامتناع عن التغطية المفرطة أو التفضيلية لسياسي حالي، أو بمعادلتها، وقد يكون الخيار المحتمل الآخر للتعامل مع مثل هذه الحالات والذي ورد ذكره في التوصية، أن تُخول السلطة بمراقبة تغطية الانتخابات (سواء كانت جهاز تنظيم البث أو مفوضية الانتخابات أو غيرهما) بصلاحيات للتدخل، ولتعويض المرشحين المتضررين.

البرامج الأخرى:

ثمة أنواع معينة من البرامج التي لا ترتبط مباشرة بتغطية الحملة الانتخابية مثل البرامج الحوارية أو البرامج الكاريكاتيرية الساخرة التي تحوي دمي لسياسيين، أو برامج التحقيقات «ذات التوجه السياسي» وينبغي إبلاغها بالاهتمام أيضًا لما قد يكون لها من تأثير على التوجهات التصويتية للناخبين، فأحيانًا ما يُمكن لمثل هذه البرامج أن تُغطي مرشحًا أو حزبًا سياسيًا ما أفضلية غير عادلة.

وذلك مجال لابد هو الآخر من أن تُترك معالجته بصورة رئيسية لمحطات الإعلام البثي ذاتها من خلال القواعد التوجيهية الداخلية الخاصة بها، لذا تكتفي التوصية فقط بالنصح بوجوب إبلاغ انتباه خاص للبرامج الترفيهية التي قد يكون لها تأثير على الناخبين، بحيث لا يحصل أحزاب أو مرشحون معينون على أفضلية غير عادلة دون غيرهم.

فترة البث الحر في وسائل الإعلام البثي العامة:

من المألوف في العديد من البلدان أن تستخدم الأحزاب السياسية وسائل الإعلام البثي العامة، مجانًا لإيصال برامجها الانتخابية، وهو ما يطبق عليه عادة «فترة البث الحر» (5) أو «دعاية سياسية مجانية» (6) وهو شكل مباشر للاتصال بين السياسيين والناخبين، دون أي دور وسيط لوسائل إعلام، ومن أهم مزايا إعطاء الأحزاب السياسية فترة للبث الحر أن ذلك يمكن أن يعوض احتمالية التغطية غير العادلة، والمتحيزة للحملة الانتخابية من قبل بعض وسائل الإعلام، يُضاف إلى ذلك افتقار الحزب للقوة المالية لا يشكل عائقًا، خلافًا للحال في الدعاية السياسية مدفوعة الأجر، في استخدام موجات البث، وإذ تقرر التوصية إيجابيات الدعاية السياسية المجانية فإنها تطلب من الدول الأعضاء أن تبحث في جدوى استحداث نصوص تمنح فترة بث حر للأحزاب، والمرشحين السياسيين في وسائل الإعلام البثي العامة، لكن من المسلم به أيضًا أن فترة البث الحر لها بعض السلبيات، فعلى سبيل المثال، فتح الباب أمام الآراء المتطرفة قد يساعد على نشر أفكار تضر بالديمقراطية.

إن طريقة تقسيم الوقت المخصص للدعاية السياسية المجانية بين الأحزاب، بمعنى تحديد أي الأحزاب مؤهل للحصول على فترة بث، وبأي قدر، مسألة صعبة وحساسة، وتختلف لحلول بشأنها من بلد لآخر؛ فأحيانًا ما يركز تقسيم فترة البث على الأداء السابق لحزب سياسي، أو على عدد المقاعد التي يحوزها في البرلمان (التوزيع النسبي) (7). وفي بلدان أخرى، مثل الديمقراطيات الجديدة، ثمة اتجاه إلى تقسيم فترة البث بالتساوي بين جميع الأحزاب المتنافسة (الاستخدام المتساوي) (8). وثمة طريقة ممكنة أخرى لتقسيم فترة البث، وهي تخصيص حد أدنى من الوقت لجميع المتنافسين، ثم إعطاء وقت إضافي على أساس نسبي أو أي أساس آخر (الاستخدام المختلط) (9). ونظرًا لتنوع الخيارات الممكنة لتخصيص فترة البث، لا تعطي التوصية أفضلية لأحد سبل التقسيم على الأخرى، بيد أنها توصي بأنه عندما تُتاح فترة البث للأحزاب فينبغي أن تُمنح بطريقة عادلة، وغير تمييزية، وعلى أساس معايير موضوعية وشفافة.

أثناء فترة الانتخابات يكون هناك قدر كبير من الرسائل، والبرامج السياسية، وهو ما يمكن يؤدي بالناخبين إلى بلوغ درجة من التشبع؛ لذا قد يكون من المفيد تحديد الوقت الكلي لفترة البث الحر، لتجنب البث المفرط للأنشطة المتصلة بالانتخابات.

وفيما يخص المسؤولية عن محتوى المادة المقدمة في فترة البث الحر، فمن المتعارف عليه أن تلك المسؤولية يجب - من حيث المبدأ- أن تقع على عاتق الحزب السياسي الذي أعد المادة، لكن التوصية لم تورد ذكرًا لهذه المسألة؛ لأنها تعتبر أن التحديد الدقيق للمسؤوليات بين وسائل الإعلام البثي، والأحزاب السياسية ينبغي أن يتقرر على الصعيد الوطني.

وعندما تخضع دولة عضو محطة بث ما للالتزام بإعطاء الأحزاب السياسية فترة بث حر أثناء الحملات الانتخابية، ينبغي التأكد من أن ذلك لا يضر بالوضع المالي لهذه المحطة.

الدعاية السياسية مدفوعة الأجر:

عادة ما تُخطر الدعاية السياسية مدفوعة الأجر في وسائل الإعلام البثي في كثير من الدول الأعضاء في مجلس أوروبا، رغم إقرارها في دول أخرى، ومن أهم ميزات الدعاية السياسية مدفوعة الأجر أنها تتيح لجميع القوى السياسية فرصة نشر فكرهم وبرامجهم على نطاق واسع، لكنها على الجانب الآخر قد تُعطي أفضلية غير عادلة لتلك الأحزاب، أو المرشحين الذين يمكنهم شراء قدر كبير من أوقات البث.

ونظرًا لاختلاف المواقف حول هذه المسألة، لا تتخذ التوصية أي موقف حول ما إذ كان ينبغي قبول هذه الممارسة أولاً، وتكتفي بالقول إنه إذا كانت لدعاية السياسية مدفوعة الأجر مسموحًا بها، فينبغي أن تخضع لحد أدنى من القواعد: القاعدة الأولى أن يُعامل جميع الأطراف التي تطلب شراء وقت للبث على قدم المساواة (من حيث الحصول على الخدمة والأسعار)، والقاعدة الثانية أن يكون الجمهور على علم بأن الرسالة الإعلامية مدفوعة الأجر.

قد يكون من المهم وضع حدود الدعاية المدفوعة الأجر التي يمكن لحزب واحد شراؤه، لكن التوصية لا تحدد ما إذ كان من المستحسن القيام بذلك أم لا، كما أنها لا تضع حدوداً معينة على وقت الدعاية مدفوعة الأجر، على اعتبار أن القرار في هذا الشأن يجب أن يُتخذ على المستوى الوطني.

التدابير المتعلقة بكل من الإعلام المطبوع والبثي

يوم التفكير:

أما فيما يخص ما يُسمى «يوم التفكير» والذي يُستخدم عادة للإشارة إلى اليوم السابق على يوم التصويت، فتنص التوصية على أنه «يجوز للدول الأعضاء النظر في جدوى إدراج نص في أطرها التنظيمية يحظر نشر الدعاية الانتخابية في هذا اليوم»، على اعتبار أنه ينبغي إتاحة وقت للناخبين لكي يستوعبوا جميع المعلومات التي تلقوها أثناء الحملة الانتخابية ويقوموا بالتالي باتخاذ قرار التصويت دون ضغوط.

نظرًا لحقيقة أن ثمة مواد إعلامية غير الدعاية الانتخابية الحزبية قد تحمل ضمنًا رسالة أو محتوى سياسيًا، فمن المهم أن تتطرق تدابير التنظيم الذاتي الموضوعة من قبل وسائل الإعلام لهذه المشكلة.

استطلاعات الرأي:

على الرغم من أنه من الصعب بيان مدى تأثير استطلاعات الرأي على النتائج الفعلية لانتخابات ما، فإنه عمومًا ما يُفترض أن استطلاعات الرأي تمارس أو يمكنها أن تمارس قدرًا معينًا من التأثير على نتيجة الانتخابات.

لذلك فإنه لضمان العدالة، ولتجنب التأثير الزائد على الناخبين، يُعتبر أم من واجب وسائل الإعلام عند نشر نتائج استطلاعات الرأي أن تقدم للجمهور معلومات كافية لإصدار حكم حول قيمة الاستطلاعات، في هذا الصدد، تقترح التوصية عددًا من العناصر التي يمكن لوسائل الإعلام أن تقدمها عند نشرها لنتائج الاستطلاع، وهي: اسم الحزب أو المنظمة التي تكفلت بعمل الاستطلاع، اسم الجهة التي نفذت الاستطلاع، والمنهجية المستخدمة في إجرائه، حجم العينة، وهامش الخطأ، وتاريخ إجراء الاستطلاع، ومن المسلم به أن معالجة هذا الموضوع يجب أن تتم بشكل رئيسي عبر أطر التنظيم الذاتي، وأن

القواعد الإرشادية الداخلية لوسائل الإعلام هي ما ينبغي عليها تحديد الكيفية التي يجب تناول استطلاعات الرأي بها.

تتبنى بعض البلدان قواعد تقيد نشر نتائج استطلاعات الرأي في اليوم، أو الأيام التي تسبق الانتخابات مباشرة. وكما هو الحال بالنسبة للحظر العام على الأنشطة الانتخابية في «يوم التفكير»، فإن المنطق من وراء مثل هذه القواعد هو تمكين الناس من اتخاذ قرار التصويت الخاص بهم، دون تأثيرات خارجية مما على شاكلة النتائج المتوقعة التي تشير إليها استطلاعات الرأي؛ لكن دولاً أخرى أعضاء في مجلس أوروبا لا تتبنى قواعداً في هذا المجال، ويجوز لوسائل الإعلام بهذه الدول نشر نتائج الاستطلاعات حتى قبل الانتخابات مباشرة.

تترك التوصية مجالاً لمختلف التجارب الوطنية فيما يتعلق بنشر استطلاعات الرأي، لكنها تنص على أنه «إذا ما اختارت الدول الأعضاء أن تحظر نشر استطلاعات الرأي قبل الانتخابات بعدد معين من الأيام، فإن هذا القيد يجب أن يتفق والمادة ١٠ من الاتفاقية الأوروبية لحقوق الإنسان». ووفقاً للمنهج العام الذي طورته المحكمة الأوروبية لحقوق الإنسان، فلا بد لأي قيد على نشر استطلاعات الرأي من استيفاء ثلاثة معايير حتى يكون جائزاً، وهي: ينبغي أن يكون حظر نشر استطلاعات الرأي منصوصاً عليه بموجب قانون، وأن يكون ضرورياً في مجتمع ديمقراطي، وأن يتناسب مع هدف حماية مصالح أخرى.

أحياناً ما يُنظر في مدى فعالية القواعد المقيدة لاستطلاعات الرأي، ذلك أن الجمهور قد يحصل على نتائج الاستطلاعات، ليس بالضرورة من وسائل الإعلام التي تسري عليها القيود، وإنما بوسائل أخرى، مثل الدخول على الإنترنت، أو من خلال الصحف، أو محطات البث الأجنبية، وفي ضوء تلك الحقيقة، يُعتبر تجنب القواعد المقيدة في هذا المجال واجباً، كما ينبغي عدم الإفراط في مدة حظر نشر استطلاعات الرأي.

وفيما يخص استطلاعات الخروج، التي تُجرى خارج مراكز الاقتراع في يوم التصويت وتقيم نتائج التصويت الفعلي للناخبين، فيُقترح أن تبحث الدول الأعضاء إمكانية حظر

نشر نتائج مثل هذه الاستطلاعات إلى أن تنتهي عملية التصويت بجميع مراكز الاقتراع؛ إذ يمكن لهذه النتائج أن تؤثر على نتائج الانتخابات.

حق الرد:

تكفل معظم البلدان حق الرد في تشريع للصحافة، أو تشريع للإعلام البثي، أو أي تشريع آخر، هذا فضلاً عن مكفول في أدلة السلوك المهني، وتشدد التوصية على أنه إذا ما استحق مرشح أو حزب سياسي حقاً للرد بموجب القوانين أو النظم الوطنية، فينبغي التأكد من إمكانية ممارسة هذا الحق أثناء فترة الحملة الانتخابية، بما في ذلك يوم التفكير إذا انعدمت جدوى ممارسة حق الرد بعد ذلك اليوم.

لا تنص التوصية على إجراء محدد لضمان ممارسة سريعة/ عاجلة لحق الرد على اعتبار أن من واجب الدول الأعضاء اختيار الآلية الأكثر ملاءمة لسياقهم الوطني، ففيما قد يأخذ ذلك في بعض الأحيان شكل محاكمة عاجلة، قد يكون جهاز التنظيم الذاتي في الصحافة، أو في الإعلام البثي، أو حتى اللجنة الانتخابية في أحيان أخرى هو المخول بصلاحيات لحل القضايا التي تنطوي على منح حق عاجل في الرد.

تدابير لحماية الإعلام وقت الانتخابات

فيما تقر اللجنة بأن التركيز الرئيسي لهذه التوصية هو ضمان الأداء العادل من قبل وسائل الإعلام إثناء الانتخابات، فإنها تعتبر أنه ينبغي التطرق إلى مشكلة التدخل، والهجوم على وسائل الإعلام وقت الانتخابات في نطاق هذه التوصية، ذلك أن أي هجوم أو ضغط على أي وسيلة إعلامية سيشكل انتهاكاً خطيراً للمعيار، وللممارسات الديمقراطية.

إن معوقات التغطية الحرة لحملة انتخابية قد تأتي من مصادر مختلفة: الأجهزة الحكومية/ العامة، أو الأحزاب السياسية، أو جماعات المصالح، أو كيانات أخرى، وفيما ينصب اهتمام التوصية على التدخل من قبل الحكومة أو الهيئات التابعة لها، فإنها تشدد على أنه ينبغي على السلطات العامة أن تنأى عن التدخل في عمل الصحفيين، وغيرهم من العاملين في وسائل الإعلام بهدف التأثير على الانتخابات، ومن حسن الحظ أنه نادراً ما تمارس السلطات العامة في الدول الأعضاء بمجلس أوروبا التهيب، أو الإغلاق، أو الضغط على وسائل الإعلام، لكن يبقى من المهم التطرق لهذه المسألة، وصياغة حكم عام تحذيري في ضوء التشديد الوارد في السطور السابقة.

فمن أجل ضمان حرية السياسة التحريرية في تغطية الانتخابات، تذكّر التوصية أيضاً أنه على الدول الأعضاء أن تتخذ التدابير الواجبة لحماية الصحفيين، وفي هذا الصدد، يمكن للدول الأعضاء، إذا دعت الضرورة، وضع قوات الشرطة في خدمة وسائل الإعلام المهددة، لضمان حماية الصحفيين، ومقرات هذه الوسائل.

الهوامش

١- يقصد به الإعلام المرئي والمسموع.

2 Day of reflection.

3 The intergovernmental Group of specialists media in a pan- European perspective (Mm-S-EP).

4 Steering Committee on the Mass Media (CDMM)

5 Free air time.

6 Free political advertising.

7 Proportional access.

8 Equal access.

9 Mixed access.

إعلان بشأن حرية الحوار السياسي في وسائل الإعلام

اللجنة الوزارية لمجلس أوروبا:

بعد مرور أكثر من ٥٠ عامًا على صدور اتفاقية حماية حقوق الإنسان والحريات الأساسية والتي سيشار إليها هنا (فيما بعد) باسم (الاتفاقية) ليوقع عليها الدول الأعضاء أصبحت الاتفاقية المرجع الأعلى في أنحاء أوروبا لحماية الحقوق والحريات المكفولة فيها.

بالأخذ في الاعتبار أن هدف مجلس أوروبا هو تحقيق مزيد من الوحدة بين أعضائه بغرض حماية وتحقيق المبادئ، والمثل الموجودة في تراثهم المشترك.

وتذكيرًا بالتزام جميع الدول الأعضاء بالمبادئ الأساسية للديمقراطية التعددية، واحترام حقوق الإنسان، ودور القانون، كما أكد عليها من جديد رؤساء الدول والحكومات في اجتماعهم الثاني في ستراسبورج يوم ١١ أكتوبر/ تشرين الأول ١٩٩٧.

وتأكيدًا على أن الحق الأساسي في حرية التعبير والإعلام الذي تكفله المادة العاشرة من الاتفاقية يشكل إحدى القواعد الجوهرية لمجتمع ديمقراطي، وأحد الشروط الأساسية لتقدمه وتنمية كل فرد كما ورد في إعلانها بشأن حرية التعبير والإعلام لعام ١٩٨٢.

واستنادًا إلى الإعلان بشأن سياسة مستقبلية لوسائل الإعلام الصادر في مؤتمر الوزراء الأوروبي السادس بشأن سياسة وسائل الإعلان في كراكو يومي ١٥ و١٦ يونيو/ حزيران ٢٠٠٠.

وتذكيرًا بقرارها (٧٤) ٢٦ بشأن حق الرد - أي موقف الفرد تجاه الصحافة والتوصية رقم آر (٩٩) ١٥ بشأن الإجراءات التي تتعلق بتغطية وسائل الإعلام للحملات الانتخابية.

وتذكيرًا أيضًا بتوصيتها رقم آر (٩٧) ٢٠ بشأن «خطاب الكراهية» وتؤكد على أن حرية النقاش السياسي لا تتضمن حرية التعبير عن آراء عنصرية أو آراء تحرض على الكراهية، أو اضطهاد الأجانب، ومعاداة السامية، وكل صور عدم التسامح.

وبالأخذ في الاعتبار القرار ١١٦٥ (١٩٩٨) الصادر عن المجلس البرلماني بشأن حق حماية الحياة الخاصة.

وتأكيدًا على الأهمية البارزة لحرية التعبير والإعلام، وبخاصة من خلال وسائل إعلام حرة ومستقلة لضمان حق الجمهور في الإعلام بشأن الشئون العامة، وتمكينه من ممارسة رقابة على الشئون العامة، والسياسية، وأيضًا لضمان شفافية عمل الهيئات السياسية، والسلطات العامة وإمكانية مساءلتها، وهو الأمر الضروري في مجتمع ديمقراطي دون الإضرار باللوائح الداخلية للدول الأعضاء فيما يتعلق بمكانة المسؤولين العامين، ومسئولياتهم القانونية.

وتذكيرًا بأن ممارسة حرية التعبير تحمل في طياتها واجبات ومسئوليات يتعين على العاملين في وسائل الإعلام أن يأخذوها في الاعتبار، وأنها قد تقيد قانونيًا من أجل الحفاظ على التوازن بين هذا الحق، واحترام حقوق وحرريات ومصالح أخرى رئيسية تحميها الاتفاقية.

وإدراكًا بأن الأشخاص الطبيعيين المرشحين لمناصب في هيئات سياسية أو انتخبوا لها أو تقاعدوا عن العمل فيها، أو يشغلون وظيفة سياسية على المستوى المحلي أو القومي أو الدولي أو يمارسون تأثيرًا سياسيًا، والذين سيشار إليهم فيما بعد تحت مسمى «الشخصيات السياسية» وأيضًا الأشخاص الطبيعيون الذين يشغلون وظيفة عامة، أو يمارسون سلطة عامة على هذه المستويات، والذين سيشار إليهم فيما بعد تحت مسمى «المسؤولين العامين» يتمتعون بحقوق أساسية قد ينتهكها نشر المعلومات، أو الآراء عنهم في وسائل الإعلام.

ومع الوعي أن بعض الأنظمة القانونية المحلية ما زالت تمنح امتيازات قانونية لشخصيات سياسية، أو مسؤولين عامين ضد نشر المعلومات، والآراء عنهم في وسائل الإعلام وهو ما لا يتوافق مع الحق في حرية التعبير والإعلام الذي تكفله المادة العاشرة من الاتفاقية.

وبالأخذ في الاعتبار أن الحق في ممارسة مراقبة الجمهور للشئون العامة قد يتضمن نشر معلومات وآراء عن الأفراد وليس عن الشخصيات السياسية أو المسؤولين العامين؛ تدعو الدول الأعضاء إلى نشر هذا الإعلان على نطاق واسع، وإلحاقه بترجمة عندما يتطلب الأمر، ولفت الانتباه إليها بصفة خاصة من قبل الهيئات السياسية والسلطات العامة والنظام القضائي، بالإضافة إلى تقديمها للصحفيين ووسائل الإعلام ومؤسساتهم المهنية.

وتلفت الانتباه على نحو خاص إلى المبادئ التالية فيما يتعلق بنشر المعلومات والآراء في وسائل الإعلام بشأن الشخصيات السياسية، والمسؤولين العامين.

١- حرية التعبير والإعلام من خلال وسائل الإعلام:

تتطلب الديمقراطية التعددية وحرية النقاش السياسي أن يتلقى الجمهور معلومات بشأن الأمور ذات الاهتمام العام، وهو ما يتضمن حق وسائل الإعلام في نشر معلومات سلبية، وآراء انتقادية تتعلق بشخصيات سياسية، ومسؤولين عامين، وحق الجمهور أيضًا في تلقي هذه المعلومات.

٢- حرية انتقاد الدولة، أو المؤسسات العامة:

قد تكون الدولة والحكومة أو أي مؤسسات أخرى ذات طبيعة تنفيذية، أو تشريعية أو قضائية عرضة لانتقاد وسائل الإعلام؛ وبسبب مكانتها البارزة يجب ألا يحميها القانون الجنائي ضد البيانات المشوهة للسمعة، أو المهنية، وفي الوقت الذي تتمتع هذه المؤسسات بمثل هذه الحماية فإنه يجب أن يكون تطبيق هذه الحماية مقيدًا، وتحت أي ظروف يجب تفادي استخدامها لتقييد حرية النقد، كما أن الأفراد الذين يمثلون هذه المؤسسات يظلون يتمتعون أيضًا بحماية كأفراد.

٣- مراقبة الجمهور للشخصيات السياسية ومناقشتها:

قررت الشخصيات السياسية كسب ثقة الجمهور، وقبلوا بأن يعرضوا أنفسهم للنقاش السياسي العام، ولذا فهم عرضة لمراقبة عامة مدققة، واحتمال التعرض لانتقادات عامة قوية وساخنة من خلال وسائل الإعلام بشأن الطريقة التي أدوا، أو يؤدون وظائفهم بها.

٤- مراقبة الجمهور للمسؤولين العامين:

يتعين على المسؤولين العامين القبول بتعرضهم لمراقبة وانتقاد الجمهور، وبخاصة من خلال وسائل الإعلام بشأن الطريقة التي أدوا، أو يؤدون بها؛ لأن هذا ضروري لضمان الشفافية، والممارسة المسؤولة لوظائفهم.

٥- حرية الرسوم الساخرة:

يسمح للرسوم الفكاهية والساخرة المكفولة بموجب المادة العاشرة من الاتفاقية بدرجة أكبر من المبالغة وحتى الاستفزاز طالما أن الجمهور لا يضل عن الحقائق.

٦- سمعة الشخصيات السياسية والمسؤولين العامين:

يجب ألا تحظى سمعة الشخصيات السياسية وحقوقهم الأخرى بحماية أكبر من تلك المكفولة للأفراد الآخرين؛ ولذا يجب ألا تقر عقوبات أكثر تشددًا بموجب القانون المحلي ضد وسائل الإعلام في حالة انتقادها شخصيات سياسية، وهذا المبدأ ينطبق أيضًا على المسؤولين العامين، ولا يجب الخروج عليه إلا عند الضرورة القصوى، لتمكين المسؤولين العامين من ممارسة وظائفهم بطريقة ملائمة.

٧- الحياة الخاصة للشخصيات السياسية والمسؤولين العامين:

يجب حماية الحياة الخاصة والعائلية للشخصيات السياسية والمسؤولين العامين ضد نشر وسائل الإعلام تقاريرًا عنها بموجب المادة الثامنة من الاتفاقية، وعلى الرغم من هذا

فقد يسمح بنشر معلومات عن حياتهم الخاصة، تكون موضع اهتمام مباشر للجمهور فيما يتعلق بالطريقة التي أدوا، أو يؤدون بها وظائفهم؛ ولكن يجب الأخذ في الاعتبار ضرورة تجنب إلحاق أذى غير ضروري بطرف ثالث، ولكن عندما تلفت الشخصيات السياسية، أو أي مسئول عام انتباه الجمهور إلى جوانب من حياتهم الخاصة، فلو سائل الإعلام الحق في مراقبة هذه الجوانب.

٨- سبل مقاضاة انتهاكات وسائل الإعلام:

يجب على الشخصيات السياسية، والمسؤولين العامين ألا يلجأوا لهذه السبل القانونية ضد وسائل الإعلام المتاحة لأفراد الجمهور إلا في حالة انتهاك وسائل الإعلام لحقوقهم، ويتعين أن تتناسب الأضرار والغرامات المحكوم بها بسبب إهانة أو تشويه سمعة بشكل معقول مع انتهاك الحق أو سمعة الآخرين، مع الأخذ في الاعتبار أي سبل مناسبة تقدمها وسائل الإعلام بشكل طوعي للتعويض، وقبلها الأشخاص المعنيون. ويجب ألا تكون عقوبة قيام وسائل الإعلام بتشويه سمعة، أو إهانة السجن ما لم تجعل خطورة الانتهاك للحقوق، أو سمعة الآخرين هذه العقوبة أمراً ضرورياً للغاية، وملائماً، بخاصة عند انتهاك حقوق أساسية بشكل خطير من خلال بيانات مشوهة للسمعة ومهنية في وسائل الإعلام، مثل خطاب الكراهية.

ميثاق شرف حول الإعلام والانتخابات

إعداد: المؤسسة الدولية للديمقراطية والانتخابات (أيديا)

يتبنى الصحفيون، ووسائل الإعلام بصفة عامة موثيق للعمل الصحفي، معايير مهنية وأخلاقية في غالبية الدول وأيضاً من خلال مؤسساتهم الدولية، وبالمثل يتبنى عدد متزايد من الدول موثيق للعمل، إما طوعاً، وإما مفروضة، كقوانين تتعلق بعمل الأحزاب السياسية في الانتخابات، وأيضاً يخضع عمل المشرفين على الانتخابات لمعايير مهنية صارمة.

الغرض من ميثاق العمل هذا ضرورة معالجة المجالات التي تتداخل مجموعات المعايير الأخلاقية الثلاثة فيها، أصبح ينظر إلى وسائل الإعلام على نحو متزايد أنها تلعب دوراً حاسماً في الانتخابات الديمقراطية والحرية. فوسائل الإعلام تلعب دوراً حيويّاً في نقل المعلومات إلى الناخبين، وتساعدهم على اتخاذ خيار حر مبني على معلومات، ويضطلع الصحفيون بهذا الدور باستخدام ثلاثة سبل على وجه الخصوص هي:

- نقل رسائل سياسية من الأحزاب والمرشحين.

- نقل معلومات مهمة عن الناخبين من المشرفين على الانتخابات.

- عرض العملية الانتخابية بكاملها على المراقبة، والتعليق المستقلين.

ويفرض هذا الدور المهم لوسائل الإعلام الجماهيرية التزامات أخلاقية معينة على الصحفيين، والمحررين/ وأصحاب وسائل الإعلام، والأحزاب السياسية، والمرشحين، والمشرفين على الانتخابات، ويوصي بأن يتبنى كل الأطراف ميثاق عمل مشترك لضمان أن يعمل كل طرف بطريقة أخلاقية ويحترم حقوق الآخرين وحياتهم.

وتتكون مسودة ميثاق العمل التالي من أربعة أجزاء وتغطي التزامات مختلفة بالصحفيين والمحررين وملاك المؤسسات الصحفية والأحزاب السياسية والمرشحين والهيئات التي تدبر الانتخابات.

لم تعالج قضايا بعينها مباشرة في هذا الميثاق، وبخاصة مسألة أن النظام الذي تتبناه الأحزاب السياسية، ووسائل الإعلام فيما يتعلق بحرية الحصول المباشر على المعلومات قد يكون محددًا بالفعل على مستوى قومي في صورة قوانين، وتنظيمات، واتفاق بين المشاركين في العملية.

وبالمثل فإن مسألة الطريقة التي ينفذ بها هذا الميثاق قد يتعين تحديدها على مستوى قومي اعتمادًا على ميثاق إما يمثل اتفاقًا طوعيًا بشكل كامل بين الأطراف المختلفة في العملية، وإما يكتسب قوة القانون.

الصحفيون:

- أول واجب على الصحفي أن يقدم معالجة دقيقة، وغير متحيزة.
- على الصحفي ألا يقوم بالإعلام إلا وفق حقائق يعرف مصدرها، على الصحفي ألا يحجب معلومات جوهرية.
- على الصحفي أن يحافظ على السرية المهنية فيما يتعلق بمصدر المعلومات الذي اشترط السرية.
- على الصحفي أن يقدم معالجة متوازنة، فإذا أثار أحد المرشحين زعمًا تجاه مرشح آخر يجب على الصحفي أن يسعى ما وسعه الجهد للحصول على تعليق من كلا الطرفين.
- يجب على الصحفي أن يبذل كل ما في وسعه لتصحيح أي معلومات منشورة تبين أنها غير صحيحة بشكل يوقع الضرر.
- يجب على الصحفي ما استطاع أن يقوم بالإعلام عن وجهات نظر المرشحين والأحزاب السياسية مباشرة، وباستخدام كلماتهم، وليس كما يصفها آخرون.

- يجب على الصحفي تجنب استخدام لغة أو التعبير عن مشاعر قد تثير التمييز، أو العنف على أي أساس؛ بما في ذلك العنصر، أو الجنس، أو المير الجنسي، أو اللغة، أو الآراء السياسية وغير السياسية، أو الأصل القومي، أو الاجتماعي.
- عندما يتناول الصحفي آراء الذين يدافعون عن التمييز، أو العنف يجب عليه أن يبذل كل ما في وسعه لوضع وجهات النظر في سياق واضح، وأن يتناول آراء الأشخاص الموجهة إليهم وجهات النظر هذه.
- يجب على الصحفي ألا يقبل أي إغراء من سياسي أو مرشح.
- يجب على الصحفي ألا يقدم أي وعود لسياسي بشأن محتوى تقرير إخباري.
- يجب على الصحفي أن يحترس عند تناول نتائج استطلاعات الرأي، ويجب أن يبذل كل ما في وسعه ليتضمن أي تقرير المعلومات التالية:

١- الجهة التي كُلفت بالاستطلاع ونفذته ومتى تم إجراؤه.

٢- عدد الأشخاص الذين شملهم الاستطلاع، ومكان، وكيفية مقابلتهم، وهامش الخطأ.

٣- نص الأسئلة التي طرحت على الأشخاص.

- يجب على الصحفي أن يعتبر الآتي انتهاكات مهنية خطيرة:

١- الانتحال.

٢- سوء التفسير المغرض.

٣- الافتراء والقذف والتشهير والاتهامات بدون أساس.

٤- قبول رشوة في أي صورة فيما يتعلق بنشر، أو بحجب معلومات.

المؤسسات الإعلامية:

- في كل وسائل الإعلام يجب أن يكون هناك فصل واضح بين الحقيقة والتعليق، يجب أن تعكس تغطية الأخبار الحقيقة بأمانة كما يدركها الصحفي. بينما يمكن للتعليقات أن تعكس السياسة التحريرية للمؤسسة الصحفية.
- يجب على وسائل الإعلام المملوكة ملكية عامة ألا تعبر عن وجهة نظر تحريرية في صالح أو ضد حزب أو مرشح بعينه.
- يجب على وسائل الإعلام المملوكة ملكية عامة أن تضطلع بواجب تقديم تغطية متوازنة وغير متحيزة في تناولها للانتخابات، ويجب ألا تميز أي حزب في المساحة الإعلامية.
- إذا قبلت وسائل الإعلام نشر إعلانات سياسية مدفوعة الأجر، يجب عليها أن تفعل هذا على أساس غير تمييزي، ومعدل متساوٍ لكل الأحزاب.
- يجب أن تكون الأنباء، والمقابلات، والمعلومات، وبرامج الأحداث الجارية، أو المقالات في وسائل الإعلام غير متحيزة في صف أو ضد أي حزب أو مرشح.
- يجب أن تقدم وسائل الإعلام تغطية منصفة ومتوازنة لكل الأحزاب السياسية ومرشحيها وبرامجها السياسية.
- يجب على وسائل الإعلام أن تشجع الناخبين، وتوفر لهم إمكانية التعبير عن آرائهم ووجهات نظرهم.
- يجب على وسائل الإعلام أن تروج للقيم الديمقراطية، مثل سيادة القانون، والمساءلة، والحكم الصالح.

- أي مرشح أو حزب يقدم زعمًا معقولًا بشأن التعرض لتشويه السمعة أو الإيذاء بسبب بث إذاعي أو نشر يجب أن يمنح فرصة للرد، أو يقوم المذيع، أو الناشر، أو الشخص الذي نشر البيان المسبب لتشويه السمعة بتصحيح أو بالتراجع عما نشر، يجب أن ينشر الرد أو التصحيح أو يذاع في أقرب وقت ممكن.

- التغطية الصحفية للمؤتمرات الصحفية، والتصريحات العامة التي تتعلق بمسائل سياسي التي يدعو إليها، أو يقوم بها رئيس الحكومة أو وزراؤها، أو أعضاء البرلمان يجب أن تكون خاضعة لحق الرد، أو قواعد الوقت المتساوي، هذا الالتزام يكتسب قوة أكبر عندما يكون الشخص الذي أدلى بالتصريح مرشحًا أيضًا لمنصب.

- يجب على وسائل الإعلام المملوكة ملكية عامة أو تنشر أو تذيع معلومات تثقيفية عن الانتخابات للناخبين.

- يجب أن تكون المعلومات التثقيفية للناخبين دقيقة، وغير متحيزة، ويتعين أن تقدم معلومات بالفعل عن عملية التصويت؛ بما في ذلك كيفية، وموعد ومكان التصويت والتسجيل، والتأكد من عملية التسجيل الملائمة، وسرية الاقتراع، وأهمية التصويت، ووظائف المناصب موضع المنافسة، وأشياء من هذا القبيل.

- يجب أن تتضمن المواد التثقيفية عن الانتخابات برامج بلغة الأقلية وبرامج تستهدف جماعات تستبعد تقليديًا من العملية السياسية؛ مثل النساء، والأشخاص ذوي الاحتياجات الخاصة.

يجب على المؤسسات الإعلامية أن تراقب إنتاجها لتتأكد من أنها تتوافق مع المعايير المقررة في ميثاق العمل.

الأحزاب السياسية:

- يجب على جميع الأحزاب السياسية، والمرشحين أن يحترموا حرية وسائل الإعلام.

- يجب على الأحزاب السياسية، والمرشحين ألا يضايقوا، أو يعرقلوا الصحفيين أثناء القيام بعملهم المهني.
- يجب على الأحزاب والمرشحين الذين يشغلون مناصب ألا يسيئوا استخدام مناصبهم للحصول على ميزة بغير وجه حق في حرية الوصول إلى وسائل الإعلام، وهذا البند ينطبق على كل وسائل الإعلام وبخاصة عندما تكون وسائل الإعلام الممولة من الأموال العامة واقعة تحت سيطرة الحكومة في ذلك الوقت.
- يجب على الأحزاب السياسية والمرشحين ألا يقدموا رشوة أو إغراءات للصحفيين، أو المؤسسات الصحفية لتشجيعها على متابعة الحملات الانتخابية، أو من أجل الحصول على تغطية في صالح الحزب، أو ضد الأحزاب، أو المرشحين الآخرين.
- يجب على الأحزاب والمرشحين ألا يسيئوا تفسير المواقف المعلنة، أو أي معلومات عن حقائق بشأن الأحزاب، أو المرشحين الآخرين.
- يجب على الأحزاب السياسية، والمرشحين تجنب استخدام لغة مثيرة للفضوى أو مشوهة للسمعة، أو تعرض على أعمال عنف ضد أي شخص أو مجموعة أخرى.
- يجب على قيادات الحزب أن تضمن أن معايير التسامح والنقاش الحر الواردة في ميثاق العمل هذا اطلع عليها فريق العمل في الحملة الانتخابية، وشرحت لهم بشكل واف، ويجب على الأحزاب أن تتحمل مسؤولية كاملة تجاه الأقوال، والأفعال الصادرة عن القائمين بالحملة الانتخابية لصالحهم.

الهيئات المشرفة على الانتخابات:

- يجب على الهيئات المشرفة على إدارة الانتخابات أن تحترم حرية وسائل الإعلام بما في ذلك استقلالها التحريري، وحققها في التعبير عن التفضيلات السياسية.

- يجب عليها احترام الحق في حرية التعبير للأحزاب السياسية والمرشحين.
- يجب عليها إدارة الانتخابات بطريقة صريحة وشفافة.
- يجب عليها ألا تحايي أي جهة إعلامية في توزيع المواد الإعلانية المدفوعة أو المواد الإعلامية المجانية.
- يجب عليها استخدام وسائل الإعلام - ضمن وسائل أخرى - لنقل معلومات دقيقة وفي الوقت المناسب، لتمكين الناخبين من ممارسة حقهم في التصويت بطريقة تعتمد على معلومات دقيقة.
- يجب عليها ألا تفرض قيوداً على التغطية الصحفية إلا مراكز الاقتراع وإحصاء لضمان سلامة العملية الانتخابية.

المبادئ التي تحكم عمل الصحفيين

الاتحاد الدولي للصحفيين:

يعتبر هذا الإعلان الدولي معياراً مهنيًا لعمل الصحفيين الذين يجمعون، وينقلون، ويوزعون الأنباء، والمعلومات المتعلقة بأحداث ويعلقون عليها.

- احترام الحقيقة وحق الجمهور في الحقيقة هو أول واجب على الصحفي.
- من أجل هذا الواجب على الصحفي دائمًا أن يدافع عن مبادئ الحرية في أمانة جمع ونشر الأنباء، والحق في نزاهة التعليق والنقد.
- يجب على الصحفي ألا يتناول إلا حقائق يعرف أصلها، يجب على الصحفي ألا يحجب معلومات جوهرية، أو يزور وثائق.
- يجب على الصحفي ألا يستخدم إلا الوسائل المشروعة في الحصول على المعلومات والصور والوثائق.
- يجب على الصحفي أن يبذل أقصى ما في وسعه لتصحيح أي معلومات نشرت، وتبين أن عدم دقتها يسبب أضرارًا.
- يجب على الصحفي أن يحافظ على السرية المهنية المتعلقة بمصدر المعلومات التي حصل عليها بشرط السرية.
- يجب على الصحفي أن ينتبه لخطورة التمييز الذي تعززه وسائل الإعلام ويجب أن يتجنب - ما وسعه الجهد - تسهيل مثل هذا التمييز الذي يستند على - بين أشياء أخرى - العنصر، أو الجنس، أو الميل الجنسي، أو اللغة، أو الدين، أو الآراء السياسية وغير السياسية، أو الأصل القومي أو الاجتماعي.

- يجب على الصحفي أن يعتبر الانتحال، وسوء التفسير المغرض، والافتراء، والقذف، والتشهير، والاتهامات بدون أساس، وقبول رشوة في أي صورة فيما يتعلق بنشر أو حجب معلومات من الجرائم المهنية الخطيرة.
- يجب على الصحفي الجدير بهذا الاسم أن واجبه هو المحافظة بأمانة على المبادئ المذكورة آنفًا. ويجب على الصحفي في ظل القانون لكل بلد ألا يلتفت فيما يتعلق بالأمور المهنية إلا إلى الاحتكام إلى الزملاء، وذلك لاستبعاد أي تدخل من حكومات أو آخرين.
- هذه المبادئ أصدرها المؤتمر الدولي لاتحاد الصحفيين الدولي عام ١٩٥٤، وأجرى المؤتمر لعام ١٩٨٦ تعديلات عليها.

ميثاق شرف إعلامي في الانتخابات^(١)

الجمعية اللبنانية لديمقراطية الانتخابات:

إن الأخلاق التي تحيط بمهنة الإعلامي ليست بالقواعد الثابتة والجامدة، والأخلاق المهنية، الإعلامية، هي مجموعة مبادئ عالمية، وهي بالتالي أبعد من أن تكون مجرد وصفة أو واجب مفروض.

إنها مجموعة قيم تحايي ضمير الإعلامي، وهي في النهاية مسألة شخصية تتعلق بالقرارات والأعمال التي يتخذها الإعلامي كفرد، ومن ثم وجب عليه أن يطرح على نفسه أسئلة من نوع: هل يجب أن أقوم بهذا العمل أم لا؟ هل تصرفي سليم أم لا؟... إلخ.

تشكل هذه الأخلاق المهنية جوهر واجبات الإعلامي الأدبية، مثلاً، البحث عن الحقيقة هو مبدأ أخلاقي في مهنة الإعلامي، والتأكد من صحة المعلومات والمصدر هو واجب أدبي في مهنة الإعلامي، والتأكد من صحة المعلومات والمصدر هو واجب أدبي في مهنة الإعلامي، وبالتالي تصبح الواجبات الأدبية مجموعة قواعد وأصول مسلكية عامة وغير شخصية تنطبق على جميع مزاوي مهنة الإعلام.

أما الأخلاق المهنية فهي كل ما يسمح بتحليل وتقييم تصرف كل إعلامي فرد على حدة، بما يتعلق باحترامه للواجبات الأدبية ولمواقفه منها.

كما يجب على الإعلامي أن يبذل جهوداً مضاعفة للقيام بواجباته السابق ذكرها، ومراقبة حسن تطبيقها من قبل زملائه في الوقت نفسه.

وفي النهاية على الإعلامي أن يتحول - كما ذكرنا سابقاً - وانطلاقاً من تغطيته للحدث إلى مراقب لتطبيق العدالة، وصولاً إلى حيادية أفضل بين الحكومة والمواطنين.

١ - الجمعية اللبنانية لديمقراطية الانتخابات، الإعلام الانتخابي، بيروت، ٢٠٠٦، ص ٣٥ - ٤٨.

ولكي يكون للإعلامي دور فاعل ضمن مجتمعه، يستطيع من خلاله أن يساهم في صناعة الرأي العام؛ فعليه قبل كل شيء كسب ثقة الجمهور، والسبيل الوحيد الذي يمكن الإعلامي من تحقيق ذلك هو العمل بصدقية آلية، واحترام الأخلاق المهنية.

تشكل مجموعة القوانين التي تراعي أخلاقية العمل لحماية الحقوق الفردية والعامّة في المعرفة الكاملة والواضحة حجر الأساس في نظام المراقبة الشخصية الذي تعهدت المؤسسات الإعلامية والإعلاميون باتباعه.

ومن الضروري وضع وثيقة قوانين تلتزم بها المؤسسات الإعلامية، ليس فقط على الورق وإنما من خلال عملها اليومي، وذلك انطلاقاً من المحافظة على حرية الرأي والتعبير والنشر من دون التعرض للحقوق الفردية، والمساواة بين جميع اللبنانيين.

ومن واجب المحررين والناشرين والإعلاميين ومختلف العاملين والناشطين في القطاع الإعلامي أن يتبنوا وثيقة إعلامية تعتمد قوانين حديثة وبحثها بجدية، وإقرارها من قبل جميع الوسائل الإعلامية المرئية، والمسموعة، والمكتوبة، في إطار يلزم الجميع بتنفيذ بنودها.

وتتوزع المهام بين رؤساء التحرير والإعلاميين والمسئولين عن القطاع الإعلامي في لبنان، فعلى رؤساء التحرير أن يتعاطوا بجدية مع الاعتراضات المتزايدة مؤخراً، والشكاوى من بعض الأخطاء الفاضحة، والعمل على تفاديها.

وعلى الإعلاميين الدفاع بشكل مستمر عن مبدأ حرية التعبير، وحق الإعلام بجمع المعلومات وإعطاء الملاحظات والنقد، ويجب على الإعلاميين أن يرفضوا أي ضغوطات لمنع عرض برنامج ما، أو إخفاء أخبار معينة عن الرأي العام، أو حذف مشهد ما لأسباب مختلفة.

أما المسئولين عن القطاع الإعلامي في لبنان، فعليهم أولاً ضمان عدم السماح بصرف أو إيقاف أي إعلامي عن العمل بسبب رفضه خرق ميثاق الإعلام المهني وقوانينه.

يبقى أخيراً من واجب الإعلامي أن يحافظ على أعلى مستوى مهني وأخلاقي، والاعتماد على مجموعة من الأسس ومنها:

١- الدقة:

- على الإعلامي التأكد من عدم نشر، أو بث أي معلومات غير دقيقة، تقود التلقين إلى استنتاجات خاطئة.
- عند الإشارة إلى معلومة، أو جملة، أو مشهد غير دقيق، أو غير صحيح يجب التصحيح بسرعة وبشكل ملائم، والاعتذار بشكل علني، مع السماح بحق الرد لأي شخص تم انتقاده، أو التعرض لشخصه أو لموقعه.
- يجب التعبير عن الرأي من دون أي تحيز، ويجب التوضيح والتفريق بين التعليق، وإبداء الرأي، وسرد الحقائق.
- على المؤسسات الإعلامية أن تكون عادلة وصریحة عند التصريح عن معطيات ومحصلات التحقيق الذي قامت به مع أية جهة، إلا إذا تم الاتفاق على إخفاء بعض المعلومات للسلامة العامة، أو الفردية.
- على الإعلامي التحري للتأكد من أن المعلومات التي يقوم بنشرها عادلة ومدققة، ولا يدخل رأيه، أو تعليقاته ضمن الموضوع في سياق عرضه للحقائق، ولا يجب السماح بالحذف أو الانتقاء، الذي يمكن أن يغير و/أو يشوه المعنى.

٢- الإنصاف والنزاهة:

- على الإعلامي تقديم المعلومات، والأخبار بشكل منصف، وعادل في جميع الأوقات من دون التحيز لفريق ضد آخر.
- يجب أن تعرض الأخبار بجميع أشكالها بدقة وموضوعية.

- على الوسائل الإعلامية تصحيح الأخطاء الأساسية في الأخبار مباشرة على الهواء.
- من غير المسموح لسياسي ما أن يستعمل أحد الإعلاميين لمصلحته الخاصة إلا إذا أعلن الإعلامي انحيازه بشكل واضح لهذا السياسي بغرض الوصول لحقيقة ما.
- تأكيد الإنصاف، والمساواة بين جميع الآراء السياسية في البرامج، أو في سلسلة برامج معينة.
- عرض البرامج بشكل متسلسل على الهواء ومباشرة لمزيد من الدقة.
- يجب عرض المشاهد والحقائق بشكل صحيح ومطابق للوقت والمساحة من دون التلاعب بأي منهما.
- إذا كان سؤال المراسل يتضمن أية مصلحة شخصية، يجب الإعلان عنها للحفاظ على نزاهة البرنامج.
- يسمح للإعلامي المعداد، أو لمقدم البرامج غير الإخبارية إبداء آرائه والدفع عنها، على أن ينصف بين جميع ضيوفه، ويعطي الفرصة للجميع لإبداء رأيهم، وذلك للحفاظ على المصداقية والإنصاف في البرامج السياسية، وانسجامًا مع حرية الرأي والتعبير، وحق الجميع في إبداء الرأي، ولا يستضيف أشخاصًا بشكل متكرر لا تكون لديهم الأفضلية على غيرهم في إظهار آرائهم.
- يجب أن يكون واضحًا للمتلقي في البرامج السياسية وغيرها أن الشخص المستضاف يبدي رأيه، ووجهة نظره فقط، ولا يمثل كل وجهات النظر.
- يجب عدم تضخيم وجهات نظر لقلة صغيرة جدًا من الرأي العام.

٣- عدالة البرامج:

- تتعلق العدالة في البث والنشر بكيفية التعامل مع الأفراد، والشخصيات المعنوية

التي تتأثر مباشرة بالبرامج أو بالمقالات أكثر مما تتأثر بالمشاهدة أو القراءة؛ لهذا يجب على الإعلاميين عدم الإساءة للأفراد والشخصيات المعنية.

- إذا كان الضيف دون سن الرشد، يجب أخذ الموافقة من أولياء أمره، وخاصة إذا كان البرنامج يتضمن إعطاء الرأي.

- عدم طلب رأي من لا يستطيعون إبداءه من دون العودة لأي شخص معنوي يرتبطون به.

عند دعوة أي فرد للمشاركة في برنامج أو لإبداء رأيه في مقالة يجب:

- أن يبلغ حول طبيعة، وهدف البرنامج، وتفسير آلية، وأسباب اختياره للمشاركة، وزمان ومكان النشر أو البث.

- أن يبلغ بإطار الأسئلة التي ستوجه إليه، وإذا أمكن طبيعة المداخلات الأخرى.

- أن تحدد صيغة العرض (بث مباشر، تسجيل).

- أن يبلغ بأي تغيير جوهري يمكن له أن يغير أسباب موافقته على المشاركة.

- إعطاء ضمانات للمشاركة في برنامج معين عن محتوى هذا البرنامج، أو صدقيته، أو سرية بعض المعلومات.

- تأكيد المسئولين عن النشر أن إعادة استعمال المواد لن يكون في موقع غير منصف.

- التأكيد من عدم حذف أية وقائع أو معلومات أو مشاركات بشكل غير عادل.

- إذا كان البرنامج يسوق شكوكًا بشخص ما، فعليه أن يعطيه الوقت الكافي للتبرير أو الرد.

- إذا اختار المشارك عدم الرد على السؤال أو عند الظهور بشكل معلن، فيجب إعطاء المتابعين للموضوع التبرير المناسب لهذا التصرف.

- عند عرض وجهة نظر فريق غير موجود ضمن المشاركين، لابد من عرضها بشكل منصف وعادل.

- يجب عدم عرض مقاطع منقحة لتشويه، أو تغيير الصورة الحقيقية، لكن يمكن استعمال صورة منقحة استعملها آخرون لإظهار حقيقتهم.

٤- حق الرد:

عندما يطلب حق الرد من قبل طرف وجه إليه أو عنه الحديث، فمن الضروري إعطاؤه فرصة للرد.

٥- الخصوصية:

- لكل فرد الحق في ضمان احترام خصوصياته، وحياته الخاصة، ومنزله وصحته ومراسلاته، بما فيها اتصالاته الهاتفية، وعلى الإعلاميين تبرير، وإقناع الرأي العام بالأسباب التي قد تدفعهم إلى نشر هذه المعلومات الشخصية من دون أخذ موافقة الشخص المعني.
- على الإعلامي أن يتوقف عن بث المشاهد المسجلة، أو المنقولة مباشرة في حالة طلب منه الأفراد، أو المؤسسات المعنية ذلك إلا في حالة الضرورة القصوى المرتبطة بالمصلحة لعامة.
- على الإعلامي الحصول على الموافقة المسبقة من أصحاب المؤسسات والأفراد المعنيين قبل البدء بالتصوير في بعض الأماكن الخاصة كالمستشفيات، والسجون، والمخافر، أما في حال تم تصوير الأفراد بطريقة تمويه وجوههم وتمنع إمكانية التعرف عليهم؛ فلا يشترط الحصول على موافقة هؤلاء الأشخاص.
- يمنع تصوير الأفراد في الأماكن الخاصة من دون أخذ موافقتهم.

- أن انتهاك الخصوصية مبرر فقط في حال استوجبت المصلحة العامة ذلك، فالمصلحة العامة تبقى أهم من الحق في الخصوصية؛ لذلك ففي حالات الأحداث التاريخية المرتبطة بالمصلحة العامة يمكن إعادة بث هذه المشاهد دون العودة إلى الأشخاص ذوي الصلة.
- يجب على الإعلاميين ألا يستغلوا أو يستعملوا حجة المصلحة العامة من أجل تبرير انتهاك حرمة، وخصوصية الأفراد والأشخاص دون الحاجة إلى ذلك.
- لا يمكن للإعلامي إعادة استعمال المواد مرة أخرى في برنامج آخر، دون الحصول مجددًا على موافقة المعنيين.
- Door Stepping هو «المشاركة المرغمة والمفاجئة» يحدث ذلك عندما يحاول الإعلامي مقابلة، أو محاورة أحد الأفراد دون تنبيه أو علم مسبق، لذلك تمنع الـ Door Stepping في التحقيقات الإعلامية إلا في حال رفض الفرد إجراء المقابلة، أو في حال تعذر الاتصال مباشرة بالشخص المعني، وكذلك في حالة المعرفة المسبقة أن التحقيق لن يصل إلى الهدف المرجو في حال أعلن عن الموضوع علنيًا، وتجدر الإشارة هنا إلى ضرورة التمييز بين الـ VOX POPS آراء الشعب وبين الـ Door Stepping؛ إذ أن الأول يحصل عادة بعلم وموافقة المعنيين؛ وهو بالتالي مسموح ومشروع.
- يحق للإعلامي تسجيل المكالمات الهاتفية شرط أخذ الموافقة المسبقة، والمعللة من الشخص المعني.
- على الإعلامي أن يحصل على المعلومات والصور، أو المستندات بطرق شرعية ومباشرة، إلا أنه إذا اقتضت المصلحة العامة عكس ذلك يعود له الحق في نشرها بما يتماشى مع احترامه لضميره المهني.

- تعتبر من الأفلام والتسجيلات المشكوك في أمرها، الصور الناتجة عن استعمال العدسات المكبرة، والمقربة وآلات تسجيل عن بعد، والصور الناتجة عن آلات تصوير أو آلات تسجيل في الممتلكات الخاصة من دون معرفة أو موافقة أصحاب هذه الممتلكات، كما يتضمن ذلك تسجيل المكالمات الهاتفية من دون علم الطرف المعني، أو الاستمرار في تسجيل هذه المكالمات في وقت ظن فيه الآخر أن عملية التسجيل قد توقفت.
- لا يسمح بنشر المواد التي تم الحصول عليها بطرق مشبوهة إلا في حال اقتضت المصلحة العامة ذلك.
- على الإعلاميين أن يخففوا من حدة الأخبار القديمة عند إعادة بثها مجددًا؛ وذلك للتخفيف من مضايقة الضحايا أو أهاليهم، إلا إذا كانت عملية إعادة بث هذه الأخبار المقدمة مبررة، وفي حال وافق الضحايا أو ذووهم بالظهور في برنامج معين يجب إعلامهم بجدول البرنامج التفصيلي، حتى ولو تم عرض هذه التفاصيل مسبقًا.
- على الإعلاميين أن يولوا اهتمامًا بالحياة الخاصة للقاصرين ما دون الـ ١٨ عامًا الذين لهم الحق بالمحافظة على خصوصياتهم، أما إذا تم عرض برنامج معين يتعلق بتفاصيل الحياة الخاصة للقاصرين فيجب أن يتم ذلك بعد موافقة القاصر المعني، وكذلك أهله، أو الأوصياء عليه؛ إلا إذا كانت المسألة المطروحة لا تثير الجدل؛ ويطبق المبدأ نفسه على الأشخاص ذوي الاحتياجات الخاصة.

٦- المضايقة والإساءة:

- يجب ألا يكون الإعلامي مزعجًا في طريقة إلحاحه ومضايقته للضيف.
- يجب ألا يصر الإعلامي بأسئلته، أو اتصالاته؛ أو تصويره لفرد معين إذا طلب

منه التوقف، ويجب أن يحذف المادة موضوع النزاع من البرنامج أو الموضوع إذا طلب منه ذلك.

٧- احترام الحداد وتفهم الصدمات النفسية:

- في حالات الحداد الشخصي، أو حالات الصدمة الشخصية، على أسئلة وتحقيقات الإعلام أن تكون متعاطفة ومتفهمة، من دون أن يؤدي ذلك إلى الحد من حرية تغطية التحقيقات الجنائية.

٨- الانتخابات:

- تبدأ فترة الانتخابات حين يفتح باب الترشيحات، وتستمر حتى إعلان النتائج الرسمية.
- يجب أن يتوقف البحث والتحليل في الانتخابات عندما تفتح صناديق الاقتراع.
- يجب عدم نشر رأي أي مقترح في يوم الاقتراع حتى إغلاق الصناديق.
- لا يحق للمرشح لعب دور المراسل أو المقدم لأي برنامج خلال فترة الانتخابات.

٩- التمييز:

- يجب عدم السماح بالتعبير عن أي آراء تدعو و/أو تشجع أو تحض على التفرقة القائمة على التمييز بكل أشكاله (العرق، الجنس، الطائفة، اللون، السياسة، العمر أو الانتماء «المناطقية»، الاجتماعي، الاقتصادي...) فجميع المواطنين لديهم الحق نفسه في التعبير.
- يجب عدم إصدار أحكام مسبقة على أساس أي تمييز من قبل الإعلام.
- يجب عدم ذكر تفاصيل عن أي تمييز إلا إذا كان من ضمن الموضوع المطروح.

- يحق للإعلامي التكلم عن صفات تميز المشارك في حال كان لذلك علاقة مباشرة بالموضوع، ولكن ليس من حقه إعطاء وصف يثير النعرات.

١٠- التمويل:

- يجب اختيار الممول المناسب لأي برنامج على هذه الأسس:
- الشفافية: يجب أن تكون أهداف الرعاية واضحة وشفافة.
- الفصل: فصل الرسائل التي يريد إيصالها الممول عن أهداف البرنامج.
- استقلالية التحرير: يجب التأكد من عدم تدخل الممول في التأثير عن استقلالية البرنامج.
- الراعي: هو الشخص أو المؤسسة، خاصة كانت أو عامة غير الشركة الإعلامية، الذي يدفع جزءاً أو جميع تكاليف البرنامج؛ وذلك لتسويق اسمه أو اسم أي بضاعة.
- يفترض على بعض البرامج ألا تكون مرعية، كنشرات الأخبار السياسية مثلاً.
- من غير المقبول أن يكون الراعي شركة مراهنات، أو مقامرة لبرنامج يتوجه لغير الراشدين.
- يجب على الراعي احترام المحتويات الدعائية والتوقيت.
- يجب ألا يؤثر الراعي على توقيت محتوى البرنامج بشكل يتعارض مع استقلالية التحرير والعرض.
- يجب عدم إهدار أي شيء يدل على الراعي إلا في وقت الفاصل، أو إذا كان ضمن موافقة المخرج والمنتج.
- يجب التعريف بالراعي في بداية ونهاية البرنامج.

- يجب أن تكون العلاقة ذات شفافية مع الراعي.
- يحق للراعي تحرير دعاية خلال البرامج إذا كان مستوفياً الشروط الدعائية.
- عندما يكون الراعي أعلن عنه في البرنامج يجب أن يكون مختصراً ومفيداً.

١١- المراجع التجارية:

- على الإعلامي التأكيد من عدم تأثير العامل الدعائي على تحرير وإدارة محتوى البرنامج.
- على الناشر تأمين استقلالية التحرير عن محتوى البرنامج.
- يجب فصل الدور الدعائي عن عناصر البرنامج.
- يجب الفصل بوضوح بين البرنامج والدعايات التي يجب ألا تظهر خلال البرنامج إلا عند الضرورة القصوى.
- عدم ترويج منتجات أو خدمات غير متعلقة بالبرنامج.
- عدم إفساح المجال لظهور غير عادل لبعض المنتجات أو الخدمات خلال البرنامج.
- عدم السماح لتموضع المنتجات (Product Placement) أي ظهور أو ذكر منتج أو خدمات ما مقابل بدل مالي.
- السماح بالترويج للمواد المتعلقة بالبرنامج إذا كان ذلك ضرورياً للمضمون.
- يجب ألا يطلب من أي إعلامي التبرع لأي برنامج.
- لا يمكن استعمال الصور الافتراضية خلال التغطية التلفزيونية إلا في حال:
- تم إبلاغ المشاهدين مسبقاً عن وجودها.

- على هذه الصور ألا تستبدل الإعلانات القائمة والتي تم تصويرها مسبقًا.
- يمكن للمواد المتعلقة بالبرنامج أن تحظى برعاية تجارية.
- يحق للمؤسسات الإعلامية عرض الدعايات الخيرية التي لا تتقاضى هذه المؤسسة أجرها لإظهار الاهتمام بالمنفعة العامة، وإظهار اهتمام المؤسسة بنوع دعائي غير مربح.

١٢- سوء استعمال المعلومات:

- يجب على الإعلامي ألا يستعمل معلومات خاصة وسرية لمصلحته الخاصة، حتى ولو كان القانون يسمح بهذا.
- على الإعلامي عدم الكتابة عن خصوصية الأشخاص، أو التطرق إلى قضاياهم العائلية، من دون تبرير الهدف المقنع من هذا التصرف.
- على الإعلامي عدم شراء أو بيع، بطريقة مباشرة أو عبر وسطاء مواضيع أو أخبار ينوي الكتابة عنها.
- لا يستطيع الإعلامي أن يدعي امتلاكه للمعلومات إلا أن ينشرها.
- على الإعلامي في حال امتلاكه لمعلومات خطيرة عدم الاحتفاظ بها لنفسه، وإنما استشارة هيئة التحرير في مؤسسته لمعرفة رأيهم في نشرها أو عدمه.

١٣- المصادر السرية:

الإعلامي ملزم أخلاقيًا بحماية المصادر السرية لمعلوماته.

١٤- الرشوة:

يجب على الإعلامي أن يرفض بشكل قاطع كل أشكال الرشوة التي تقدم إليه.

١٥- إخفاء الحقيقة:

على الإعلامي عدم السماح لنفسه بإخفاء الحقيقة؛ خوفاً من ضغوطات أو أسباب أخرى.

١٦- التلاعب بالوثائق:

على الإعلامي عدم الانجرار إلى خطأ التلاعب بالوثائق، لأي سبب كان، مهما كان شكل الوثيقة.

١٧- الأموال المتصلة بالشئون القضائية:

- ليس مقبولا من أية وسيلة إعلامية أن تدفع بدلا ماليا لأي شاهد، أو من يمكن أن يكون شاهداً في قضية ما، لقاء ادعاء معلومات، إلا إذا كان ذلك في سبيل المصلحة العامة، ومن دون التأثير على سير المحاكمة.
- ممنوع التعاطي المالي مع أي مشتبه فيه أمام المحاكم إلا إذا برئ.
- يجب على الشاهد أن يأخذ كل الأوراق الضرورية من الادعاء والدفاع للموافقة على عرض مقابلة معينة.

١٨- الدفع للمجرمين:

- يجب ألا يكون ثمة عروض دفع إلى مجرمين لكي يتحدثوا عن جريمة ارتكبوها، احتراماً بشكل خاص لوجود أقارب وأصدقاء الضحايا.
- إذا أرادت الوسيلة الإعلامية أن تدفع إلى أحد المجرمين، عليها أن تصرح بهذا، ولأسباب وجيهة ترتبط بالمصلحة العامة.

١٩- الهجوم:

يجب أن يتحلى الإعلاميون بالشجاعة الهجومية حين يشعرون أن ثمة تضليلاً للرأي العام أو محاولة تشويه الحقائق أو تغيير متعمد لسياق المقابلة.

٢٠- المصلحة العامة:

- المصلحة العامة لا ندخل ضمن الحسابات الإعلامية ولا نرضى إلا بالحث والكشف عن جريمة بحق المجتمع، وحماية الصحة والسلامة العامة، والحوار دون تضليل الرأي العام من خلال عمل أو قول أحدهم.
- حرية التعبير هي من مظاهر المصلحة العامة.
- إذا تم الإخلال بالمصلحة العامة يجب على الصحافة كشف الأمر، والعمل على وضع حد لما يحصل.
- في حال تورط القاصرين في أمر ما يجب التفسير للرأي العام أن مصلحتهم العامة تتوجب التغطية على بعض الأمور.
- إن إخفاء وطمس الحقائق وإسكات وقمع الرأي العام وإلى ما هنالك من انتهاكات لحقوق الإنسان لا يجب أن تكون مبررة تحت عنوان المصلحة العامة.

٢١- الأطفال:

- من غير المسموح الدخول إلى المدارس وإجراء مقابلات مع التلاميذ من دون أخذ الإذن من إدارة المدرسة.
- من غير المسموح تصوير، أو أخذ مقابلة مع من هم دون سن الرشد المعترف به، من دون موافقة ولي الأمر.
- من غير المسموح دفع أموال لإشراك الأطفال في برنامج معين.
- لا يحق للمحررين أن ينشروا صوراً، أو مشاهدًا لأبناء أشخاص مشهورين.

International Mechanism for Promoting Freedom of Expression

الآليات الدولية لتدعيم حرية التعبير في الأمم المتحدة

تناول مقرر الرأي والتعبير في الأمم المتحدة ومندوب حرية وسائل الإعلام في OSCE ومقرر حرية التعبير في OAS ومقرر حرية التعبير وحرية الوصول إلى المعلومات في ACHRP الموضوعات التالية والمستندة إلى المادة رقم ١٩ (الحملة الدولية لحرية التعبير):

١. إدراك أهمية الديمقراطية في إعطاء الأحزاب السياسية وقادتها مسئولية النقاش الحر حول جميع الموضوعات التي تهم العامة خاصة أوقات الانتخابات.
٢. التركيز على دور وسائل الإعلام خاصة الإذاعية والتليفزيونية في تأطير الموضوعات الخاصة بالانتخابات وإمداد جمهور الناخبين بالتطورات الحادثة في العملية الانتخابية وإيصال سياسات الأحزاب ووعود المرشحين لهم.
٣. الترحيب باستمرار الاتجاه الدولي نحو انتخابات أكثر ديمقراطية تعتمد في الأساس على حرية اختيار المرشح وذلك من خلال التصويت العادل والحر.
٤. التركيز على انتخابات نزيهة وذلك من خلال إعطاء الناخبين معلومات جيدة عن كل ما يتعلق بالعملية الانتخابية وكذلك قدرة الناخب في الوصول إلى معلومات كافية ومتنوعة.
٥. يتضح أن الحكومات الديكتاتورية في العديد من الدول تستفيد من التوزيع غير العادل للتغطية الإعلامية والتغطية الإيجابية أنشطة الحكومة، ذلك لأنها قد تتحكم في وسائل الإعلام الحكومية والخاصة أو لأن علاقة الحكومة بوسائل الإعلام هي علاقة قريبة الصلة.
٦. إن وسائل الإعلام التي تتسم بالتعددية هي التي تضمن جميع وجهات النظر والآراء السياسية في أثناء الحملات الانتخابية.

٧. القلق بشأن تهديدات قد توجه إلى أي إعلام حر في أثناء التغطية الانتخابية، وقد تتمثل تلك التهديدات في اعتداءات بدنية أو هجوم من أي نوع أو وضع قيود قانونية تجاه حرية التعبير.

٨. إدراك لأهمية الدور التي تقوم به وسائل الإعلام المملوكة للدولة خاصة الخدمية منها في أثناء أوقات الانتخابات والتي تمد الجمهور بتغطية تتسم بالتوازن والحياد والموضوعية في الأخبار والأشكال البرمجية الأخرى.

تم تبني الموضوعات التالية عن الإعلام والانتخابات في ١٥ مايو ٢٠٠٩

البيئة العامة لوسائل الإعلام والانتخابات:

١. إن الدول عليها وضع عدد من الإجراءات والمتضمنة في البيان المشترك الصادر في ١٢ ديسمبر ٢٠٠٧ لخلق بيئة تمكن وسائل الإعلام التعددية من الازدهار وذلك يجب أن يتضمن الالتزام بشفافية ملكية وسائل الإعلام وإعطاء التراخيص لمختلف وسائل الإعلام لتشجيع التنوع والاختلاف وكذلك يجب منع القوانين التي تركز ملكية تنوع المحتوى بين وداخل المنافذ الإعلامية المختلفة.

٢. يجب منع القوانين المقيدة لحرية التعبير فإذا كانت هناك من هذا النوع موجودة في أثناء الحملات الانتخابية فيجب على الجهات المختصة ضمان حماية حرية التعبير بالمعايير الدستورية والدولية.

٣. يجب على كل الدول تفعيل نظم فعالة لمنع التهديدات أو الهجوم على وسائل الإعلام أو ما يؤثر على حريتها في التعبير كذلك البحث عن مصادر التهديدات إذا وجدت وإرسالهم للعدالة وتعويض الضحايا.

٤. على وسائل الإعلام أن تكون حرة في كتابة ونشر كل ما يتعلق بالعملية الانتخابية، كذلك الابتعاد على نشر وثائق غير قانونية بواسطة الأحزاب أو المرشحين سواء كان ذلك في سياق البث المباشر أو الإعلانات.

٥. إن على الشخصيات السياسية ومن ضمنهم المرشحون أن يكونوا أكثر تقبلاً للنقد عن المواطن العادي وذلك في أثناء الانتخابات.

٦. على الأحزاب والمرشحين الذين تعرضوا للإحراج والإهانة من قبل وسائل الإعلام في أثناء الانتخابات التوجه سريعاً لتصحيح هذا الخطأ، كما أن لديهم الحق كاملاً للجوء إلى القضاء لاتخاذ الإجراءات القانونية.

٧. ليس مشروعاً لوسائل الإعلام أن تتحيز لأي من الآراء السياسية أو أي أشياء أخرى.

٨. إن مراقبة أي قواعد ترتبط بالإعلام والانتخابات يجب أن توضع تحت إشراف جهة إدارية مستقلة تقوم ببحث ودراسة أي شكوى قد تظهر، كما أن قرارات تلك الجهة يجب أن تخضع لمراجعة قضائية.

وسائل الإعلام المملوكة للدولة:

إن وسائل الإعلام المملوكة للدولة يجب أن توضع تحت الالتزامات التالية في أثناء أوقات الانتخابات:

١. يجب أن تتوافر لدى جميع الناخبين المعلومات الكاملة عن أمور الانتخابات والمتضمنة دور الانتخابات في الديمقراطية وكيفية ممارسة حق التصويت والموضوعات الانتخابية الأساسية والأوضاع السياسية للأحزاب والمرشحين المنافسين وذلك يتضمن تغطية تشتمل على توجيه أسئلة لرؤساء الأحزاب والمرشحين وكذلك عرض المناظرات بين المرشحين.

٢. يجب احترام مبادئ الحياد والتوازن عند تغطية العملية الانتخابية، وكذلك القرارات الحكومية وذلك يتضمن التغطية العادلة لجميع وجهات النظر.

٣. يجب ضمان إعطاء المرشحين الوصول العادي لوسائل الإعلام لعرض برامجهم الانتخابية للناخبين وذلك يعني تخصيص وقت مساوٍ للجميع وكذلك حق الإعلان في وسائل الإعلام لجميع المرشحين.
٤. يجب مصاحبة تغطية نتائج الانتخابات بمعلومات وافية لتمكين الناخبين من الفهم الجيد لجميع الإجراءات الانتخابية.

Editorial Policy BBC Election Guidelines Lst May 2008.

السياسة التحريرية لتغطية الانتخابات الصادر عن الـ BBC

على من ينطبق الدليل؟

- تطبق معايير ومبادئ الدليل الإرشادي على كل منتج إعلامي منشور صادر عن المؤسسة سواء كان مطبوعاً أو إلكترونياً على شبكة الإنترنت.
- كل رئيس تحرير مسئول مسئولية كاملة عن توعية فريق العمل المشارك في تغطية الانتخابات البرلمانية بكافة الإرشادات الواردة في الدليل لتحقيق تغطية عادلة ومتوازنة.
- الخطوط الإرشادية لتغطية العملية الانتخابية.
- ١. التغطية العادلة والمتوازنة لكافة الأحزاب المشاركة في الانتخابات:
- ٢. على كل منتج إعلامي صادر عن المؤسسة في شكل مطبوع أو إلكتروني: «جريدة، مجلة نشرة، أو ملحق» أن يراعي عدالة التوازن في التغطية الإعلامية وإلقاء الضوء على الأحزاب السياسية المشاركة في العملية الانتخابية وتجنب التركيز على الأحزاب السياسية الكبرى وتهميش أو تجاهل الأحزاب الصغرى المشاركة، لذا لابد من مراعاة تحقيق التوازن العادل في التغطية بين الأحزاب الكبرى والصغرى، مع الأخذ في الاعتبار حدوث أي تغيرات على خريطة الأحزاب السياسية كظهور أحزاب جديدة أو حدوث انشقاق حزبي أو أي تغيير في الظروف السياسية بصفة عامة.

أ - التغطية العادلة للأحزاب السياسية الكبرى:

وتتحقق من خلال:

- تخصيص مساحات متساوية للأخبار المنشورة عن كل حزب لتغطية برامجه ومؤتمرات مرشحه.

- إتاحة فرص متساوية لزعماء الأحزاب والمرشحين المستقلين لعرض برامجهم الانتخابية من خلال الحوارات الصحفية المنشورة في أثناء فترة الدعاية الانتخابية.
- امتناع مسئولو التحرير في الصحيفة عن نشر أي محتوى صريح أو ضمني في مقالاتهم أو افتتاحيات الصحيفة قد يتضمن تأييد حزب أو مرشح معين دون غيره تجنباً لتأثير ذلك على قارئ الصحيفة عند الإدلاء بأصواتهم.
- مراعاة الأهمية النسبية للأماكن المخصصة للنشر ومدى قارئتها وتجنب تخصيص الأماكن المميزة مثل (الصفحة الأولى، صفحات الرأي والفن، الصفحة الأخيرة) لنشر مواد تحريرية عن حزب أو مرشح دون غيره.
- مراعاة الأهمية النسبية للمساحات المخصصة للنشر عن كل حزب ومدى جذبها لعين القارئ (كالربع العلوي الأيسر من كل صفحة) ومدى بروزها باستخدام وسائل الإبراز (كالمانشيتات والعناوين الكبرى والألوان والصور...).
- مراعاة التوازن في توقيتات النشر (الأكثر قارئية لجمهور الصحيفة كالعطلات الأسبوعية والإجازات الرسمية، والعمل على إصدار ملاحق أسبوعية لتوعية القارئ بالمراحل الانتخابية وكيفية استخراج البطاقات الانتخابية وعملية التصويت والأحزاب السياسية المشاركة في العملية الانتخابية وبرامجها الانتخابية ومرشحيها وخلفياتهم السياسية، وتجنب إصدار ملاحق خاصة عن حزب أو مرشح دون غيره، الأمر الذي قد يثير شبهة تأجير مساحات تحريرية مدفوعة الأجر دون التنويه أو الإعلان عن ذلك؟
- الحياد التام في تناول برامج الأحزاب وأنشطتها السياسية مع ضرورة عرض المادة الصحفية على رئيس التحرير التنفيذي أو سكرتير التحرير المسئول قبل النشر لضمان الحيادية في أسلوب ولغة التناول.

- مراعاة حق الرد والتصحيح تطبيقًا لقوانين النشر، ونشرها في نفس المكان وبنفس حجم الخط والمساحة للمادة الصحفية المطلوب الرد على محتواها وبما لا يضر بمصلحة الحزب أو المرشح.

ب - التغطية العادلة للأحزاب السياسية الصغرى:

- لكل انتخابات سياقها الخاص في تعاملها مع الأحزاب الصغرى والمرشحين المستقلين وفقًا للظروف والملابسات السياسية القائمة عند انعقاد الانتخابات، لذلك لا بد أن يكون كل صحفي أو متخذ قرار إعلامي في مؤسسته الصحفية على علم ووعي تام بتلك الملابسات والظروف عند التعامل مع تلك النوعية من الأحزاب، فعلى سبيل المثال لا بد من مراعاة الحيطة عند خوض أحد الأحزاب المناهضة للأديان أو المحرضة على العنصرية للانتخابات عند إلقاء الضوء عليها إعلاميًا ومراعاة أسلوب التناول لتلك النوعية من الأحزاب نظرًا لحساسية (الدين) في سياق التكوين الاجتماعي بصفة عامة.

- لا يجوز السماح عقب إعلان الترشيحات لأي ناخب لم يرشح في الانتخابات بانتقاد المرشح المعلن للحزب أو الاعتراض عليه، وهو الأمر الذي لا ينتقص في الوقت نفسه من حيادية الوسيلة الإعلامية.

- تجنب مراعاة الوزن النسبي لأهمية المنطقة الملقى الضوء على مرشحها، بمعنى أنه يجب مراعاة الاهتمام بإلقاء الضوء على مرشحي أحزاب العاصمة بصورة أكبر من مرشحي الأحزاب عن الأقاليم أو المحافظات الأخرى، الأمر الذي يتفق وطبيعة العاصمة وأهميتها الاستراتيجية والسياسية والاقتصادية بالمقارنة بالمحافظات والأقاليم الأخرى.

- لا يخضع كل ظهور لأي مرشح لمعايير التوازن والعدالة في التغطية في أثناء فترة

الحملات الانتخابية كحدوث بعض الحالات الاستثنائية الخاصة كوقوع حادث شخصي لأحد المرشحين أو تعرضه لحالة وفاة لأحد أقاربه مع مراعاة مراقبة كم ينشر من أحداث عارضة عن المرشحين من خلال مدير التحرير التنفيذي أو سكرتارية التحرير.

- في المواقع الإلكترونية الخاصة بالصحف يفضل وضع المواد الصحفية المنشورة عن الانتخابات على وضعية (للقراءة فقط) Read Only وعدم السماح بتعليق القراء عليها ضماناً لحيدة الموقع الإلكتروني للصحيفة من دخول وتعليق قراء قد ينتمون لحزب معين من الممكن أن يضعوا تعليقات مهينة أو مسيئة للأحزاب أو المرشحين الآخرين، كما لا يجوز قيام الموقع الإلكتروني للصحيفة بإحالتهم إلى أي منتديات أو مواقع أخرى لمناقشة آرائهم الانتخابية.

٢- استطلاعات الرأي:

فيما يختص باستطلاعات الرأي التي يتم إجراؤها من قبل أي جهة في أثناء فترة الانتخابات لابد من مراعاة ثلاثة عوامل أساسية هي:

أ- يعتبر أي استطلاع رأي يتم إجراؤه خلال الحملة الانتخابية جزءاً لا يتجزأ من العملية الانتخابية لا يمكن تجاهله ويجب نشره وأن يتم إعلام الجمهور بما يتضمنه من معلومات ونتائج.

ب- لابد من مراعاة السياق الذي ينشر من خلاله استطلاع الرأي وكذلك مراعاة اللغة والمفردات المستخدمة عند نشر نتائج الاستطلاع، إذ إن إغفل السياق أو اللغة المستخدمة قد يحيد بالصحيفة بعيداً عن الموضوعية والحياد تجاه النتائج المتضمنة بالاستطلاع، فالاستطلاعات (ترجح) ولكنها (لا تثبت أو تؤكد).

ج- تحديد الجهة أو الهيئة التي أجرت الاستطلاع، وكذلك الجهة أو الحزب الذي طلب

إجراءه وتحمل تكلفته مع توضيح العينة المبحوثة التي أجري عليها الاستطلاع مع مراعاة التنبيه إلى أن هذا الاستطلاع يعكس وضع الرأي العام وقت إجرائه فقط، كما لا يجوز تعميم نتائجه، الأمر الذي يضمن مصداقية ما ينشر من بيانات ومعلومات على جمهور الناخبين.

د- أي استطلاع رأي يتم إجراؤه من خلال المراكز البحثية التابعة للمؤسسة الإعلامية لا بد أن يوضح عند نشره أنه لا يعبر بالضرورة على رأي المؤسسة في العملية الانتخابية لذا يفضل أن تتجنب المؤسسة نشر هذا النوع من الاستطلاعات منعاً لحدوث خلط في أذهان الجماهير بين رأي الصحيفة ونتائج الاستطلاع الذي تم إجراؤه من خلال أحد مراكزها البحثية.

٣- فترة الصمت الإعلامي:

- لا بد أن تتوقف كل أنواع التغطية الإعلامية للحملات الانتخابية الخاصة بأي حزب أو مرشح كان في اليوم المحدد للاقتراع (التصويت) بداية من الساعة المحددة لبدء التصويت حتى لحظة إغلاق آخر صندوق تصويت وفقاً للساعات المعلنة لإجراء عملية الاقتراع رسمياً، بهدف ترك مساحة من الحرية للناخبين لاختيار مرشحهم دون أية عوامل أخرى قد تؤثر على قرارهم الانتخابي.
- ويمنع منعاً باتاً نشر أية معلومات قد تتعلق بإدلاء الناخبين بأصواتهم طوال فترة عملية التصويت، وأن يسمح للمواقع الإلكترونية الخاصة بالصحف بألا تحجب الأرشيف الخاص بها بما يتضمنه من مواد خاصة بالانتخابات في اليوم المحدد للاقتراع.

المجلس الأوروبي- اللجنة الوزارية

التوصية رقم (٩٩) ١٥

من لجنة الوزراء إلى الدول الأعضاء بشأن التدابير المتعلقة بـ «التغطية الإعلامية للحملات الانتخابية»

(اعتمدها اللجنة الوزارية في سبتمبر ١٩٩٩ في الجلسة ٦٧٨ لنواب الوزراء)

اللجنة الوزارية، وفقاً لأحكام المادة ١٥ (ب) من النظام الأساسي للمجلس الأوروبي، إشارة إلى أهمية دور ووسائل الإعلام في المجتمعات الحديثة، خاصة في وقت الانتخابات وبالتحديد على أن المبدأ الأساسي لاستقلال هيئات التحرير في وسائل الإعلام يكتسب أهمية خاصة في فترات الانتخابات، وإدراكاً من اللجنة للحاجة إلى مراعاة الفوارق الكبيرة القائمة بين وسائل الإعلام المطبوعة والمسموعة والمرئية، وتأكيداً على أن تغطية الانتخابات عن طريق وسائل الإعلام ينبغي أن تكون عادلة ومتوازنة وغير متحيزة، وبالنظر إلى أن مديعي الخدمة العامة يتحملون مسؤولية خاصة لضمان تغطية عادلة وشاملة للانتخابات في برامجهم والتي قد تشمل منح الدقائق المجانية للأحزاب السياسية والمرشحين، كما يجب أن تولي وسائل الإعلام اهتماماً خاصاً ببعض أشكال تغطية العملية الانتخابية مثل نشر استطلاعات الرأي والدعاية السياسية مدفوعة الثمن، والحق في الرد، مع التأكيد على أهمية التنظيم الذاتي من قبل الإعلاميين أنفسهم فعلى سبيل المثال، يجب الاهتمام بمدونات السلوك الإرشادية والتي تحدد المبادئ التوجيهية للممارسات الجيدة والمسئولة لتحقيق تغطية نزيهة وعادلة للحملات الانتخابية، مع إدراك اختلاف الطبيعة التنظيمية والتدابير التنظيمية الذاتية في هذا المجال، واقتناعاً من اللجنة بفائدة الأطر المناسبة للتغطية الإعلامية للانتخابات للمساهمة في انتخابات حرة وديمقراطية، واطمئناناً في اعتبارها الاختلافات القانونية والممارسات العملية المختلفة للدول الأعضاء في هذا

المجال، وحقيقة أنه يمكن أن تكون خاضعة لمختلف فروع القانون مع الاعتراف بأن أي إطار تنظيمي لتغطية الانتخابات يجب أن يحترم المبدأ الأساسي لحرية التعبير المحمية بموجب المادة ١٠ من الاتفاقية الأوروبية لحقوق الإنسان، والمفسرة من قبل المحكمة الأوروبية لحقوق الإنسان. إذ تشير المبادئ الأساسية الواردة في القرار رقم ٢ الصادر في المؤتمر الوزاري الرابع بشأن سياسة وسائل الإعلام «براغ، ديسمبر ١٩٩٤» والتوصية رقم (٩٦) (١٠) من اللجنة الوزارية على ضمان استقلال خدمات الإذاعة العامة.

توصي حكومات الدول الأعضاء بالنظر في سبل ضمان احترام مبادئ العدالة والتوازن والحياد في تغطية الحملات الانتخابية من قبل وسائل الإعلام، والنظر في اتخاذ التدابير اللازمة لتنفيذ هذه المبادئ في القانون المحلي أو الممارسات الفعلية وفقًا للقانون الدستوري.

تذييل التوصية رقم (٩٩) ١٥

نطاق التوصية:

ينبغي أن تنطبق المبادئ العادلة والحياد في تغطية الحملات الانتخابية من قبل وسائل الإعلام على جميع أنواع الانتخابات السياسية التي تُجرى في الدول الأعضاء، وهي الانتخابات الرئاسية والتشريعية والإقليمية، وكذلك الانتخابات المحلية والاستفتاءات السياسية - إن أمكن-.

وينبغي أن تطبق هذه المبادئ أيضًا عند عرض وسائل الإعلام تقاريرًا عن الانتخابات التي تُجرى بالخارج، وخاصة عندما تتناول وسائل الإعلام مواطني البلد الذي تُجرى فيه الانتخابات.

أولاً - التدابير المتعلقة بوسائل الإعلام المطبوعة:

١. حرية الصحافة:

يجب ألا يتعارض الأطر التنظيمية للتغطية الإعلامية للانتخابات من استقلال هيئات التحرير في الصحف أو المجلات ولا مع حقهم في التعبير عن أي تفضيل سياسي.

٢- وسائل الإعلام المطبوعة التي تملكها السلطات العامة:

ينبغي للدول الأعضاء اتخاذ التدابير اللازمة بشأن وسائل الإعلام التي تملكها السلطات العامة، عند تغطية الحملات الانتخابية لضمان تغطيتها بطريقة متوازنة ومنصفة وغير متحيزة، ودون تمييز ضد أو دعم لحزب سياسي أو مرشح معين دون الآخر.

وفي حالة إذا قبلت وسائل الإعلام الدعاية السياسية مدفوعة الثمن في منشوراتها، ينبغي التأكد من وضع الأحزاب والمرشحين على قدم المساواة ودون تمييز عند طلب شراء مساحة إعلانية.

ثانياً: التدابير المتعلقة بوسائل البث المسموعة والمرئية:

١- الإطار العام:

يجب أن تشجع الأطر التنظيمية وتسهل في أثناء الحملات الانتخابية التعبير التعددي للآراء عبر الوسائل المسموعة والمرئية مع الاحترام الواجب لاستقلال هيئات التحرير في البث، كما يجب أن تنص الأطر التنظيمية أيضاً على التزام تغطية الحملات الانتخابية بطريقة متوازنة وعادلة وغير متحيزة في وسائل البث المسموعة والمرئية العامة، ويجب أن ينطبق هذا الالتزام على كل من مذياعي الخدمة العامة وكذلك على كل مذياعي الوسائل الإذاعية الخاصة في المناطق ذات الصلة.

وفي الدول الأعضاء التي أرست مفهوم «فترة ما قبل العملية الانتخابية» ووفقًا للقواعد المتعلقة بالعدالة والتوازن وعدم التحيز في تغطية الحملات الانتخابية من وسائل الإعلام ينبغي أن تنطبق هذه القواعد أيضًا على تلك الفترة.

٢- الأخبار برامج الشئون الراهنة:

نظرًا لأن التنظيمات الذاتية لا تنص على هذا، ينبغي على الدول الأعضاء اتخاذ تدابير يتم بموجبها تنظيم البث العام والخاص خلال فترة الانتخابات، ضمانًا للمعالجة الإعلامية العادلة والمتوازنة وغير المتحيزة في الأخبار في برامج الشئون الجارية، بما في ذلك برامج المناقشات مثل المقابلات أو المناظرات السياسية مع عدم إعطاء أي ميزة إضافية للسلطات العامة.

٣- البرامج الأخرى:

وينبغي الاهتمام بالبرامج الأخرى، التي لا ترتبط بشكل مباشر بالحملة الانتخابية لكن قد يكون لها أيضًا تأثير على موقف الناخبين.

٤- الدقائق المجانية للأحزاب السياسية، المرشحين في وسائل الإعلام المسموعة والمرئية العامة:

يجوز للدول الأعضاء دراسة جدوى إرساء أحكام تنظيمية يتم بموجبها تحديد دقائق البث الحر المتاحة للأحزاب السياسية - المرشحين على خدمات البث العام وقت الانتخابات، وينبغي أن يتم ذلك بشكل عادل ودون تمييز وعلى أساس معايير موضوعية وشفافة.

٥- الدعاية السياسية المدفوعة الثمن:

وفي الدول الأعضاء التي يُسمح فيها للأحزاب السياسية والمرشحين بشراء مساحات إعلانية لأغراض انتخابية، ينبغي أن تتضمن الأطر التنظيمية ما يلي:

- إمكانية شراء مساحات إعلانية لجميع الأطراف المتنازعة، بصورة عادلة ومتساوية وأسعار سداد متساوية.

- أن يكون إعلام الجمهور بأنها رسالة سياسية في شكل إعلان مدفوع الأجر.

يجوز للدول الأعضاء النظر في إدراج نص في أطرها التنظيمية للحد من مقدار المساحة المخصصة التي يمكن شراؤها للدعاية السياسية لحزب أو مرشح.

ثالثًا: تدابير تتعلق بوسائل الإعلام المسموعة والمرئية والمطبوعة على السواء:

١- يوم للتأمل «للتفكير»:

يجوز للدول الأعضاء في أطرها التنظيمية النظر في توفير يوم يحظر فيه نشر الرسائل الانتخابية الحزبية في اليوم السابق للتصويت.

٢- استطلاعات الرأي:

يجب أن تتضمن الأطر التنظيمية ما يكفل عند نشر لنتائج استطلاعات الرأي، أن تقدم وسائل الإعلام للجمهور معلومات كافية لإصدار حكم على قيمة الاستطلاعات، وعلى أن تتضمن هذه المعلومات:

- اسم الحزب أو التنظيم السياسي أو أي شخص آخر تحمل تكاليف إجراء الاستفتاء.

- تحديد المنظمة التي تُجري الاستطلاع والمنهج المستخدم.

- الإشارة إلى العينة وهامش الخطأ في النتائج.

- الإشارة إلى تاريخ و/أو الفترة التي أُجري فيها الاستطلاع.

أما فيما يخص طريقة عرض وسائل الإعلام لنتائج استطلاعات الرأي فإن ذلك يعود لوسيلة الإعلام نفسها.

وأى قيود من جانب الدول الأعضاء يمنع نشر/بث استطلاعات الرأي (حول نيات التصويت) في يوم الاقتراع أو في عدة أيام قبل الانتخابات ينبغي أن تمثل لأحكام المادة ١٠ من الاتفاقية الأوروبية لحقوق الإنسان كما فسرتها المحكمة الأوروبية لحقوق الإنسان

٣- حق الرد:

نظرًا لقصر مدة الحملة الانتخابية، يحق لأي مرشح أو حزب سياسي الحصول على حق الرد، في إطار القانون الوطني خلال فترة الحملة. رابعًا: تدابير حماية الإعلام في وقت الانتخابات:

١. عدم تدخل السلطات العامة:

ينبغي على السلطات العامة الامتناع عن التدخل في أنشطة الصحفيين وغيرهم من العاملين في وسائل الإعلام بهدف التأثير على الانتخابات.

٢. حماية وسائل الإعلام من الهجمات والتخويف أو أي ضغوط أخرى غير مشروعة:

ينبغي على السلطات العامة اتخاذ الخطوات المناسبة لتوفير حماية فعالة للصحفيين وغيرهم من العاملين في وسائل الإعلام وأماكن عملهم، على ألا تعوقهم في الوقت نفسه عن القيام بعملهم.

إرشادات حول تغطية الانتخابات في دول الكومنولث

نشرت بواسطة رابطة إذاعات الكومنولث التابعة للأمانة العامة للكومنولث:

اتفقت حكومات الكومنولث على مجموعة من المبادئ التي تعزز الديمقراطية، خاصة بعد إعلان سنغافورة لفس المبادئ عام ١٩٧١ ثم إعلان هراري ١٩٩٢ لضمان انتخابات عادلة ونزيهة، بحيث لا يمكن التشكيك في مصداقيتها من قبل أي جهة سواء داخلية أو خارجية.

وهذه المبادئ تتضمن الإيمان بحرية الأفراد والحقوق المتساوية لكافة الأفراد دون التمييز في اللون، أو العرق أو أية تميزات أخرى وكذلك حقهم في المشاركة السياسية.

ويلعب الإعلام دورًا كبيرًا في التأكيد على مصداقية الانتخابات، ولذلك عقدت أمانة الكومنولث ورابطة إذاعات الكومنولث ورشة عمل في تورونتو في مايو ٢٠٠١ لوضع الخطوط العريضة الواجب اتباعها في الانتخابات ودعت العديد من كبار المذيعين من مختلف الدول.

وتم الاتفاق على أن جميع وسائل الإعلام لابد أن تساهم في ضمان تحقيق انتخابات نزيهة وعادلة بأية وسيلة وتوفير بيئة ديمقراطية لمحطات الراديو والتلفزيون تعتمد على قول الحقيقة وتقديم حقائق يستطيع الناخب الوثوق بها.

الخطوط الإجرائية استعدادًا للانتخابات:

إنشاء وحدة مخصصة للانتخابات، ويتم تشكيلها قبل الانتخابات بعام ضمانًا للتخطيط الجيد للحملات الانتخابية، وتتكون غالبًا من وحدة يرأسها شخص واحد، وتضم هذه الوحدة في عضويتها أفضل مخططي وواضعي البرامج والصحفيين وتبعتها محطة إذاعية صغيرة.

تدريب فريق الانتخاب:

ويقود هذا الفريق صحفيون متخصصون وعلى أعلى مستوى من الكفاءة والمهنية.

وضع مبادئ توجيهية داخلية خاصة بها:

وهذه المبادئ تساعد على توجيه السلوك وضمان وجود توازن لمراقبة التصرفات الخارجة عن النظام الانتخابي.

الحصول على إرشادات مقبولة ومعتترف بها:

من جانب جميع المعنيين كأساس لإذاعة الانتخابات، تضعها وزارة الإعلام المسؤولة، ومعظم الأحزاب السياسية والهيئة المسؤولة عن إدارة الانتخابات.

نشر الإرشادات:

وتكون بمثابة كتيب مع المجلات والصحف أو على المواقع الالكترونية، وكلما صدقت نوايا تطبيق الإرشادات، كلما سهل إقناع الناخب بالدور الذي يمكن أن يقوم به في العملية السياسية.

وضع خطة برنامج انتخابي شامل:

وتشمل برامج وقواعد، يتبعها المرشحون أثناء الانتخابات، وتساعد على تعزيز الديمقراطية، ومع أهمية مواصلة هذه البرامج بالتنسيق مع الهيئة الانتخابية والسياسيين والتركيز دائماً أن هذه البرامج لخدمة المستمعين والمشاهدين لتلبية احتياجاتهم.

وعلى وسائل الإعلام أن تبذل جهوداً لإقناع الجمهور بأن صوتهم له أهمية في العملية السياسية، كما أن زيادة جمهور المستمعين من الشباب سيساعد على انتقال الديمقراطية من جيل لأخر، مع الأخذ في الاعتبار أن تجاهل العمدة للسياسة سوف يعرض الديمقراطية لخطر كبير، ويجب أن نذكر المذيعين بأهمية التركيز على الجمهور؛ لأنهم لا يخاطبون

محرري الأخبار، أو المدير العام أو حتى الوزير، فالتركيز يكون دائماً على الجمهور والمشاهدين.

تدريب السياسيين:

يصف بعض السياسيين أنهم أشخاص مملون، وهذا صحيح في بعض الحالات، لكن لا يجب أن يتخذ السياسيون هذا كحجة لفرض الملل على الجمهور، فالتدريب يكون في الغالب للإعلاميين وليس السياسيين، لذلك يفتقر السياسيون من جميع الأحزاب للخبرة في مجال الإذاعة، وفي بعض الدول تتواجد صناعة كاملة للمرشحين المتميزين في الراديو والتلفزيون يتم من خلالها اختيار السياسيين الذين يظهرون تميزاً في مخاطبة الجمهور، وإذا لم تتواجد في دولة صناعة مرشحين جيدين، فعلى الأقل لابد من تدريب معظمهم، وهذه تمثل معضلة لبعض الصحفيين والسياسيين في كيفية إظهار الأفضل في الراديو والتلفزيون، ففي بعض الدول حديثة الديمقراطية يفتقد بعض السياسيين القدرة على استغلال الفرص لتوصيل الرسالة جيداً ويساعد الإعلام في هذا الدور.

إنشاء نظام شامل لمراقبة نتائج الانتخابات:

من الضروري ضبط مخرجات تغطية العملية الانتخابية للحفاظ على نزاهة الانتخابات، فالمحررين في حاجة دائماً إلى تقييم النشرات والتقارير الإخبارية، ولأن الصحفيين العاديين ربما يصدرن أحكاماً غير متزنة، فيجب تصحيحها في أقرب وقت لتقديم تغطية متميزة، وقد وضع نظاماً دقيقاً لتصحيح مثل هذه الأحكام.

القضايا الرئيسية التي تحتاج إلى مبادئ توجيهية محددة:

تخصيص الوقت للبث: في معظم الدول، تكون الأحزاب السياسية في حاجة إلى طرح برامجها من خلال البرامج الإعلامية، ومن ثم الإجابة على كافة تساؤلات الصحفيين، ويتطلب ذلك تخصيص وقت للأحزاب الصغيرة والكبيرة من ساعات البث الإذاعية بالتساوي.

ففي الهند قدمت اللجنة الانتخابية مخططاً عام ١٩٩٨ يقضي بتخصيص ٤٥ دقيقة لكل حزب معترف به من قبل الدولة والأحزاب الممثلة في مجلس النواب، ويبقى التساؤل هل من الأفضل أن تتحكم المحطة الإذاعية في بث مثل هذه البرامج؟ أيًا ما كانت الإجابة، يجب أن يكون لديها نظام متابعة وتقييم تلك البرامج ومن الأفضل أيضًا أن تكون مسجلة مسبقًا.

ويفضل أن يتم الاعتماد على الحد الأدنى من المعايير التقنية ومنع البرامج التي تحتوي على إساءة غير مقبولة للمعارضين السياسيين؟ مثال على ذلك: عندما قامت شركات غانا للبث برفض بث أي برامج بالاشتراك مع الأحزاب السياسية المختصة، في حالة احتوائها على مبادئ ضد النظام العام أو الآداب العامة، أو إساءة للوحدة الوطنية أو انتهاك سمعة الآخرين، وتهدف هذه الاعتبارات لضمان توافر قواعد أساسية لمواجهة أية أزمات محتملة.

التوازن في الأخبار والشئون الراهنة:

فالمحررون في حاجة إلى تقييم كل نشرة إخبارية، فأحكام الصحفيين العادية قد تكون غير متوازنة، هذا المعيار من الصعب تحقيقه ولكن لا بد من تجنب الأحكام والانطباعات الشخصية، أما الأخطاء غير المقصودة فيجب تصحيحها في أقرب وقت لضمان نجاح التغطية ويبرز في هذا الشأن توجيهات الهيئة البريطانية لتغطية الانتخابات القائمة على تحقيق التوازن، فبرامج الأخبار اليومية لا بد أن تحقق توازنًا ملائمًا في تغطية الأحزاب السياسية في سياق كل أسبوع من الحملة.. فتصميم البرامج التي تغطي الحملات الإعلانية، ينبغي أن تشير إلى عنصر واحد على الأقل لكل من الأطراف الرئيسية، وتجنب البرامج ذات الاتجاه الواحد في التغطية الانتخابية.

الرشاوى والفساد:

كيف نستطيع أن نمنع الصحفيين من تلقي الرشاوى أثناء تغطية الانتخابات؟ فعلى

الصحفيين أن يدركوا أن قبول أي نوع من الرشاوى هو انتهاك جسيم للواجب، يحتمل أن يؤدي إلى الفصل من الخدمة، وعلى السياسيين أن يدركوا أيضًا أن هذا التصرف سيتم إبلاغه إلى الهيئة الانتخابية، حتى لا يتم تشويه العملية الانتخابية.

التعليقات المتناقضة مع الأخبار:

ويتضمن الإجابة على تساؤلات منها كيفية تجنب تعبير الصحفيين والمحررين عن آرائهم ومعرفة مدى إمكانية إفساح المجال أمام المعلقين السياسيين في أخبار، ففي بعض الدول تتطابق آراء بعض الصحفيين مع حزب أو آخر، مما يهدم مصداقية الصحفيين ولذلك يمنع الصحفيون والكتاب التعبير عن آرائهم السياسية في النشرات الإخبارية.

لمن تقدم الشكاوى؟ ترسل الشكاوى إلى رئيس التحرير أولاً وإذا لم يستجب لهذه الشكاوى، تقدم إلى اللجنة الانتخابية أو إلى أية سلطة انتخابية أخرى.

ضمان الاستجابة السريعة: يجب أن تضمن المحطات التحقيق في الشكاوى في أسرع وقت.

حق الرد: ففي حالة الرد على الشكاوى ينبغي ائرد في مكان بارز ويمنح هذا الحق لكل الأحزاب بشكل متوازن.

تغطية عادلة: هل تقصد بها تغطية على قدم المساواة أو تغطية عادلة؟ وهل العادلة أفضل؟ وماذا يعني ذلك؟ حاولت إذاعة جنوب أفريقيا تقديم الإجابة على هذه التساؤلات من خلال تقديم مجموعة من الإرشادات لتغطية الانتخابات، فحاولت الإذاعة معاملة الأحزاب وكافة الآراء بطريقة متساوية، ولكن هذا لا يعني تشويه قيمة الأخبار من خلال إعطاء وزن متساو للأحزاب الصغيرة، فالجنة تختص بضمان تغطية شاملة للمتنافسين، ولكن تطبيق معيار المساواة المطلقة في المعاملة للأحزاب السياسية قد لا يصلح في برنامج واحد، بما أن ليس كل الأحزاب السياسية لديها الحق في الظهور في كل البرامج.

النزاهة:

من خلال معاملة الأحزاب والآراء المتناقضة بطريقة شفافة، وفي حالة الحصول على المعلومات لا يتم الاعتماد على الأحزاب السياسية وحدها؛ لأنه في حالة الفشل في الحصول على المعلومات، سيتم تحريفها لصالح الأحزاب الأخرى.

وكالات الأخبار اليومية:

في معظم الدول حديثة العهد بالديمقراطية، تقوم وكالات الأنباء المحلية بجمع الأخبار في كافة أنحاء الدولة، ويكون لديها غرف لرقابة الأخبار في الإذاعة، وتقوم هذه الغرف بمراجعة المواد الغير المحررة التي تأتي من الوكالة الحكومية، وإذا علمت غرف الأخبار أن الوزير لا يقول الحقيقة فتحاول أن تكشف ذلك.

التلاعب بوسائل الإعلام:

كيف نضمن عدم قيام المرشحين باستغلال برامج إذاعية كنوع من الدعاية الانتخابية؟ أو قيام رؤساء الدول أو الوزراء بنفس الممارسات الانتخابية؟ وهذه مشكلة كبيرة قد تشوه تغطية الانتخابات في الراديو والتلفزيون.

ففي كندا، هناك مبادئ إرشادية تحكم البرامج الإذاعية الكندية لتغطية الانتخابات متمثلة في وجود معايير للصحفيين، وهذه المعايير تنص على وجود أهمية خاصة لبرامج المعلومات أثناء الانتخابات أو حملات الاستفتاء، وهذه السلسلة تتطلب اهتمامًا وثيقًا ودقيقًا لتحقيق التوازن السياسي العام.

رصد تغطية الانتخابات:

التسجيلات الكاملة: يجب على المحررين الاحتفاظ بالتسجيلات الكاملة للنشرات الإخبارية وتسجيل كافة البرامج المرتبطة بالانتخابات بما فيها بث انتخابات الأحزاب.

الاطلاع على سجلات الرصد: فالمحطات الإذاعية لابد أن تكون مستعدة لتقديم التسجيلات لهيئة الإشراف على الانتخابات في أي وقت مع تسجيل كافة المعلومات؛ لأنها قد تحتاجها لرصد أدائها.

استطلاعات الرأي:

لابد من الاهتمام بنقل نتائج استطلاعات الرأي أثناء وبعد الانتخابات، وهذا المعيار يطبق في كافة الدول الديمقراطية، وقد يحاول الحزب جذب أصوات العشوائية من نشر استطلاعات الرأي لصالحهم.

اختيار السياسيين لبعض الصحفيين: هل يجوز أن يختار السياسيون مجموعة من الصحفيين لتغطية اجتماعاتهم أثناء الانتخابات، وهل لهم مجمل الحرية في تخصيص التقارير المهمة للصحفيين الذين يختارونهم؟ والإجابة بالطبع لا، فالمحرر المسئول قد يكون له الحرية في اختيار الصحفيين المسئولين عن تغطية الانتخابات، ولكن لا يحق للسياسيين أن يختاروا صحفيين بعينهم لأن هذا الأمر يؤثر على مصداقية التغطية الإعلامية للانتخابات.

مكاتب الرئاسة الصحفية: في العديد من الدول، يقوم المكتب الصحفي في مقر الرئاسة بتسليم الأخبار إلى وزير الإعلام في مظاريف مختومة، ومنه لغرف الأخبار مع تعليمات مكتوبة أو غير مكتوبة بعدم تغيير كلمة واحدة، وبعدها يكون للمحرر مجمل الحرية للحكم على قيمة ودقة هذه الأخبار، وهذا الأسلوب لا يأخذ به في الدول الديمقراطية المتقدمة لأنه يشوه القيم الخيرية ويقضي على نزاهتها.

التعليق على المحتوى الإخباري:

في حالة التعليق على قصة إخبارية في نشرة الأخبار، يجب أن يتجنب الصحفي التحيز في الرأي، حتى لا يعطي وزناً لحزب أو مرشح ما، بغض النظر عن أهمية وقيمة المحتوى.

الرقابة الذاتية:

هل الرقابة تعني أن تجبر الصحفيين على وضع الأخبار التي نخص الرئيس في مقدمة النشرة الإخبارية لو ظهرت كلمة الرئيس في بداية القصة، حتى لو كانت تتعلق بمناسبات شخصية تخصه؟ بالطبع لا، ليس من الضروري أن توضع الأخبار الرئاسية في المقدمة، خاصة الأخبار الشخصية إذا كانت تفتقد للمهنية لأنه سيضع الرئيس نفسه في موقف حرج، لا بد أن تنظم إدارة المحطة ورش عمل للصحفيين لضمان تطبيق أعلى المعايير الصحفية.

تثقيف الناخبين: وهي من ضمن مسئوليات وسائل الإعلام، فوسائل الإعلام العامة لديها واجب واضح أثناء الانتخابات لتوفير معلومات عن العملية الانتخابية لضمان إعطاء الحد الأدنى من المعلومات المطلوبة لجمهور الناخبين، وهذه البرامج التثقيفية يجب ألا تكون لصالح حزب ما أو مرشح معين، وهذا الدور لا يقتصر فقط على المحطات العامة بل يشمل أيضًا المحطات الخاصة.

أصوات الجماهير: يجب الاهتمام بها لأنها قد تعكس آراءً مهمة لصالح جماعة معينة في وقت معين أيضًا، ولكن على اللجنة الانتخابية ألا تأخذها كمسلمات لأنها غير صالحة إحصائيًا كما أنها لا تمثل مقياسًا حقيقيًا لكافة نوايا التصويت.

من يمتلك وسائل الإعلام؟ هل يستطيع حزب سيسي أو مرشح امتلاك محطة راديو أو قناة تلفزيونية؟ وفقًا للإرشادات لا يصح ولكن قد يتم التشاور مع السلطة الانتخابية، ولكنه يشوه التوازن العام في التغطية الإعلامية، فبعض الأحزاب السياسية والسياسيين يسيطرون على المحطات الإذاعية والتلفزيونية لتحقيق مصالحهم.

وتنص مدونة سلوك جوانا لعام ٢٠٠٠ على امتناع المرشحين أصحاب وسائل الإعلام عن استخدام برامجهم لتعزيز الأهداف السياسية.

وأخيراً: فإن المبادئ تحمي الصحفيين بحيث لا يمكن فصل أي مذيع أو توجيه اللوم له إلا من خلال دراسة متأنية لمدى التزامه بهذه المعايير التي لا يجب تجاهلها لضرورتها في تحقيق تغطية نزيهة ومتوازنة للانتخابات في إطار توجيهات رابطة إذاعات الكومنولث.

«IDEA ميثاق سلوك وسائل الإعلام في أثناء الانتخابات»

بالنسبة للصحفي:

- المهمة الأساسية للصحفي هي التغطية الصحفية الدقيقة وغير متحيزة.
- يجب على الصحفي أن يقدم المعلومات فقط بموجب الحقائق التي يعرف مصدرها أو أصلها، على الصحفي ألا يحجب المعلومات الأساسية.
- يجب على الصحفي أن يراعي السرية المهنية فيما يتعلق بمصدر المعلومات التي يحصل عليها .
- يجب أن تكون تغطية الصحفي للانتخابات متوازنة، إذا قام أحد المرشحين بإدلاء تصريحات أو ادعاءات عن مرشح آخر فيجب على الصحفي أن يحصل على التعليقات من الجانبين - كلما أمكن ذلك..
- يجب على الصحفي أن يبذل أقصى ما يستطيع لتصحيح نشر معلومات غير دقيقة تضر العملية الانتخابية.
- يجب على الصحفي أن يقوم بتغطية رؤية المرشحين أو الأحزاب السياسية مباشرة مستخدمًا ألفاظهم بدلاً من وصفها بأسلوب آخر - كلما أمكن ذلك..
- يجب على الصحفي أن يتجنب استخدام اللغة أو الألفاظ المعبرة التي تزيد من التمييز أو العنف في بعض الموضوعات مثل العرق أو الجنس أو الاتجاه الجنسي أو اللغة أو الدين أو الآراء بصفة عامة أو الأصول القومية أو الاجتماعية.
- عند تغطية موضوع يتضمن آراء تؤيد التمييز أو العنف يجب على الصحفي أن يبذل أقصى ما يستطيع لعرض هذه الرؤية في سياق واضح وأن ينقل الآراء بشكل مباشر نحو الأفراد الموجهة إليهم.

- يجب على الصحفي ألا يقطع على نفسه وعدًا لأحد السياسيين بخصوص التقرير الإخباري.
- يجب على الصحفي أن ينشر نتائج استطلاعات الرأي بحرص شديد، ولا بد أن يتضمن التقرير الإخباري المعلومات التالية:

١. متى ومن قام بتمويل الاستطلاع ومن المشرف على تنفيذه؟
٢. عدد الأفراد الذين خاضوا الاستطلاع وكيف وأين تمت مقابلتهم ونسبة الخطأ؟
٣. ما هي الصيغة الدقيقة للأسئلة؟

- يجب أن يتلافى الصحفي بعض الجرائم المهنية الخطيرة التي تتمثل في:

١. سرقة المؤلفات والأخبار. plagiarism
٢. التحريف الخبيث للمعلومات. malicious misrepresentation
٣. الافتراء والقذف والتشهير والاتهامات الخاطئة.
٤. قبول رشوة بأي شكل من الأشكال مع وضع النشر أو القمع في الاعتبار.

بالنسبة للوسيلة الإعلامية:

- في كل وسائل الإعلام لابد أن يكون هناك فصلاً واضحاً بين الحقائق والتعليقات «الرأي والخبر» التقارير الإخبارية يجب أن تعكس الحقائق بأمانة كما حصل عليها الصحفي، التعليق قد يعكس السياسة التحريرية للجريدة واتجاهاتها.
- يجب على وسائل الإعلام ذات الملكية العامة ألا تعبر عن رأيها سواء لمصلحة أو ضد أحد الأحزاب أو المرشحين.
- تبدو مهمة وسائل الإعلام ذات الملكية العامة أن تقدم تغطية متوازنة وغير متحيزة ولا تفرق بين الأحزاب في الوقت المسموح لظهورها من خلالها.

- في حالة سماح وسائل الإعلام بالإعلان مدفوع الأجر يجب أن تقوم على عدم التمييز بين الأحزاب وتسمح لهم في الظهور بمعدلات متساوية.
- يجب ألا تكون الأخبار والمقابلات والمعلومات وبرامج الشئون الجارية أو المقالات التي تنشر في وسائل الإعلام العامة متحيزة لصالح أو ضد أي حزب أو مرشح سياسي.
- يجب أن تقدم وسائل الإعلام تغطية عادلة ومتوازنة لكل الأحزاب السياسية ومرشحيها وبرامجها السياسية.
- يجب على وسائل الإعلام أن توفر مشاركة الجمهور وتحثه على التعبير عن رأيه ووجهة نظره.
- لا بد أن تروج وسائل الإعلام للقيم الديمقراطية مثل سيادة القانون والمساءلة والحكم الرشيد.
- أي حزب أو مرشح سياسي يتم تشويه صورته عن طريق التشهير أو أصيب بأذى من بث أو نشر يجب أن تمنح له فرصة إما أن يكون له حق الرد أو التصحيح أو التراجع من قبل المذيع أو الناشر أو عن طريق الفرد الذي قام بالتشهير ويجب أن ينشر أو يذاع الرد أو التصحيح في أقرب وقت ممكن.
- التغطية الخيرية للمؤتمرات الصحفية والبيانات العامة حول موضوعات ذات جدل سياسي (على عكس وظائف الدولة) التي ينظمها أو يقدمها رئيس الحكومة أو وزير الحكومة أو أعضاء البرلمان لا بد أن تخضع لحق الرد أو مبدأ المساواة في الوقت، هذا الالتزام يكتسب قوة أكبر عندما يكون الشخص الذي يلقي الخطاب أو البيانات مرشحاً للرئاسة..
- لا بد أن تنشر أو تذيع وسائل الإعلام العامة مواد لتعليم الناخبين.

- يجب على مواد تعليم الناخبين أن تكون دقيقة وغير متحيزة وأن تكون مؤثرة في إخبار القارئ عن عملية الانتخاب، ولابد أن تتضمن كيف ومتى وأين يتم الانتخاب؟ والتسجيل في القوائم الانتخابية وطريقة التسجيل الصحيحة وسرية الاقتراع وأهمية التصويت وكذلك المسائل المماثلة.
- يجب أن تحتوي مواد تعليم الناخبين على برامج بلغة الأقليات وبرامج موجهة إلى الجماعات التي قد تكون مستبعدة من العملية السياسية مثل النساء والمعاقين.
- ينبغي أن ترصد وسائل الإعلام الإنتاج الخاص بها للتأكد من أنه يتفق مع المعايير التي يتضمنها ميثاق سلوك وسائل الإعلام.

ميثاق للصحافة والنشر في بريطانيا (يناير ١٩٩٨م)

على كل العاملين بالصحافة الالتزام بأسمى المعايير المهنية والأخلاقية هذا الميثاق يضع حدود تلك المعايير. فهو يحمي حقوق الفرد ويدعم حق الجمهور في المعرفة ويمثل هذا الميثاق حجر الزاوية في نظام الرقابة الذاتية الذي التزمت به صناعة الصحافة بقوة لابد أن يضمن رؤساء التحرير والناشرون أن هناك التزامًا قويًا بهذا الميثاق ليس فقط من جانب فريق العمل التابع لهم وإنما أيضًا من جانب أي شخص يساهم بالكتابة في صحفهم.

ومن الضروري لاستمرار العمل بميثاق متفق عليه أن يحظى بالاحترام الواجب نصًا وروحًا ولا ينبغي تفسير هذا الميثاق من زاوية ضيقة، بحيث نحصره في احترام حقوق الفرد، أو أن نفسره بشكل فضفاض بحيث يحول دون النشر للصالح العام.

ومسئولية رؤساء التحرير هي التعاون مع (لجنة الشكاوى الصحفية - Press Complaints Commission) بأسرع ما يمكن بغية التوصل إلى حل للمشاكل المطروحة، وينبغي على أية مطبوعة تتعرض لانتقاد من جانب PCC طبقًا لأحد البنود التالية أن تنشر الحكم القضائي بهذا الخصوص بالكامل، وهما يستحقه من إبراز:

١- الدقة:

أ - ينبغي على الصحف والدوريات أن تراعي عدم نشر مواد غير دقيقة ومضاللة أو مشوهة، هما في ذلك الصور.

ب - عندما يتم التحقيق من الوقوع في خطأ جوهري من عدم الدقة أو نشر بيان مصلل أو تقرير مشوه، فإنه ينبغي تصحيح الخطأ بصورة فورية وهما تستحقه من إبراز.

ج - ينبغي نشر اعتذار عندما يكون ذلك ملائمًا.

د - ينبغي على الصحف أن تميز وبوضوح - فيما تحتفظ بحريتها في أن تنتمي لهذا الحزب أو ذلك، بين التعليق، والحدث، والحقيقة.

هـ - ينبغي على أية صحيفة أو دورية أن تنشر بنزاهة ودقة نتيجة القيام بعمل من أعمال القذف كانت طرقاً فيه.

٢- فرصة الرد:

ينبغي أن يعطى للأفراد والتنظيمات فرصة عادلة للرد على ما هو غير صحيح أو دقيق كلما كان هذا مطلوباً ومعقولاً.

٣- الخصوصية:

أ - من حق كل فرد احترام حياته الخاصة والأسرية، بما في ذلك شئون المنزل والأمور الصحية والمراسلات الخاصة، وسيكون من المتوقع من أي صحيفة تبرير اقتحام الحياة الخاصة لأي فرد، دون موافقته على ذلك.

ب - من غير المقبول استخدام عملية التصوير عن بعد لأناس في أماكن خاصة، دون موافقتهم.
ملحوظة:

الأماكن الخاصة عبارة عن ملكية عامة أو خاصة يتوفر فيها عنصر توقع اتسامها بالخصوصية، بصورة معقولة.

٤- المضايقات والملاحقات:

أ- ينبغي على الصحفيين والمصورين عدم الحصول على أو السعي إلى الحصول على معلومات أو صور عن طريق الابتزاز، والملاحقات، أو المطاردات.

ب- وينبغي عليهم عدم تصوير أفراد في أماكن خاصة (طبقاً للتعريف الموجود في الملاحظة بالفقرة (٣) دون الحصول على موافقتهم وينبغي عليهم عدم الإلحاح في الاتصال الهاتفي، وتوجيه التساؤلات، وملاحقتهم، أو تصوير أفراد أن يكون قد طلب منهم

التوقف عن ذلك، كما أنه ينبغي عليهم عدم البقاء في أماكن هي ملك لأولئك الأفراد، بعد أن يكون قد طلب منهم مغادرتها، وينبغي عليهم عدم متابعتهم.

ج- على رؤساء التحرير التأكد من أن أولئك العاملين معهم يلتزمون بهذه المتطلبات بالكامل، وينبغي عليهم عدم نشر مواد من مصادر أخرى لا تلتزم بتلك المتطلبات.

٥- اقتحام الآخرين في حالات الحزن أو الصدمة:

لا بد أن تتم عملية توجيه الأسئلة في الحالات التي تنطوي على أحزان أو صدمة.

بتعاطف وتعقل، ولا بد من معالجة عملية النشر بحساسية، بيد أنه ينبغي عدم تفسير ذلك على أنه تقييد لحق نقل الأحداث القضائية وسير القضايا.

٦- الأطفال:

أ - لا بد من أن يكون الصغار أحرارًا في استكمال دراستهم دون حدوث عمليات اقتحام غير ضرورية لعالمهم.

ب- ينبغي على الصحفيين عدم استجواب أو تصوير أطفال تحت سن السادسة عشرة فيما يتعلق بموضوعات تمس مصالح الطفل أو أي طفل آخر، وذلك في غياب، أو دون موافقة ولي الأمر، أو شخص بالغ آخر مسئول عن الأطفال.

ج- ينبغي عدم الاقتراب من التلاميذ أو تصويرهم وهم في مدارسهم دون الحصول على إذن من إدارة المدرسة.

د- ينبغي عدم دفع أموال للقصر مقابل معلومات تمس مصالح الأطفال، أو للوالدين، أو أولياء الأمور مقابل معلومات تتعلق بأطفالهم، ما لم يكن ذلك في مصلحة الطفل بصورة واضحة.

هـ- عندما تنشر مواد تتعلق بالحياة الخاصة لطفل، لا بد من وجود مبرر للنشر، بخلاف سمعة الوالدين أو ولي الأمر الطيبة أو السيئة، أو مكانتهم.

٧- الأطفال وقضايا الجنس:

أ - ينبغي على الصحافة ألا تعرف أطفالاً تحت سن ١٦ متورطين في قضايا تتعلق بالانتهاكات الجنسية، ضحايا كانوا أو شهوداً، حتى لو لم يكن القانون يحظر ذلك.

ب- وفي أي تقرير صحفي حول قضية انتهاك جنسي ضد الطفل:

١. ينبغي عدم ذكر اسم الطفل أو التعريف به.
٢. ربما يتم التعريف بالبالغ.
٣. ينبغي عدم استعمال كلمة (سفاح القربى) حيثما قد يتم التعريف بالطفل الضحية.
٤. يجب التزام الحذر بعدم وجود ما يوحي في التقرير الصحفي بأن هناك علاقة بين المتهم والطفل.

٨- وسائل الاستماع:

يجب على الصحفيين عدم الحصول على أو نشر مادة تم الحصول عليها من خلال وسائل استماع سرية أو عن طريق التنصت على المكالمات التليفونية الخاصة.

٩- المستشفيات:

أ - إن الصحفيين أو المصورين الذين يقومون بالاستعلام عن معلومات من المستشفيات أو مؤسسات مماثلة يجب عليهم توضيح هويتهم للمسؤولين التنفيذيين والحصول على تصريح قبل دخول أماكن لا يصرح للعامة بارتياحها.

ب- إن القيود المفروضة على التطفل على الحياة الخاصة تشمل السؤال عن حالة الأشخاص الموجودين في مستشفيات أو مؤسسات مماثلة.

١٠- الأقارب والأصدقاء من غير المذنبين (الأبرياء):

يجب على الصحافة أن تتجنب توضيح هوية أقارب أو أصدقاء كل من يبدان أو يتم اتهامه بجريمة ما طالما لم تحصل على موافقتهم.

١١- تشويه الحقائق:

أ- يجب بشكل عام على الصحفيين عدم الحصول على معلومات أو السعي للحصول على معلومات أو صور عن طريق تشويه الحقائق أو الحيل الملتوية.

ب- يجب أن يتم تداول المستندات أو الصور بموافقة مالكها.

ج- يمكن اللجوء إلى الحيل الملتوية فقط في حالة الحصول على معلومات تهم الرأي العام وعندما لا يمكن الحصول على المعلومات بكل الطرق الأخرى.

١٢- ضحايا الاعتداءات الجنسية:

يجب على الصحافة ألا توضح هوية ضحايا الاعتداءات الجنسية كما يجب ألا تنشر مواد من شأنها أن تسهم في تحديد هوية هؤلاء الضحايا إلا في حالة وجود مبرر قوي، وعندئذ للصحافة مطلق الحرية في فعل ذلك بمقتضى القانون.

١٣- التمييز العنصري:

أ- يجب على الصحافة أن تتجنب الإشارة إلى جنس أو لون أو دين أو ميول جنسية لفرد بشكل يشتم منه التمييز العنصري... كما يجب تفادي الإشارة إلى إصابة شخص ما بمرض عضوي أو عقلي أو إعاقة ما.

ب- يجب تفادي نشر تفاصيل الجنس الذي ينتمي إليه شخص ما أو لونه أو دينه أو ميوله الجنسية أو مرض عضوي أو عقلي أو إعاقة، ما لم يكن النشر ذا صلة مباشرة بالموضوع المنشور.

١٤- الصحافة المالية:

- أ- على الرغم من أن القانون لا يحظر الحصول على تلك المعلومات إلا أن الصحفيين يجب عليهم عدم الاستفادة من معلومات الأرباح المالية التي يحصلون عليها مقدمًا قبل النشر العام بالصحافة، كما يجب عليهم عدم نقل تلك المعلومات إلى آخرين.
- ب- يجب على الصحفيين ألا يكتبوا عن الأسهم أو المستندات التي يعرفون عنها معلومات قد تفيدهم أو عائلاتهم بدون إبلاغ المحرر أو محرر الشؤون الاقتصادية.
- ج- يجب ألا يقوم الصحفيون ببيع أو شراء أسهم أو سندات سواء بشكل مباشر أو عن طريق وسطاء، كتبوا عنها مؤخرًا أو على وشك الكتابة عنها في المستقبل القريب.

١٥- المصادر السرية:

هناك التزام أخلاقي يجب أن يتحلى به الصحفيون من أجل حماية المصادر السرية للمعلومات.

١٦- دفع الأموال في مقابل الحصول على معلومات لنشرها:

- أ- يجب عدم دفع أموال أو عرض أموال مقابل قصص أو معلومات من شهود أو ممن يصبحون شهودًا في حوادث جنائية سواء كان الدفع أو عرض دفع الأموال مباشرًا أم من خلال وسطاء، ماعدا حالة ضرورة النشر من أجل الصالح العام ووجود حاجة ملحة لدفع أو الوعد بدفع من المال مقابل المعلومات يجب على الصحفيين اتخاذ كافة الخطوات الممكنة لضمان عدم وجود معاملات مالية من شأنها التأثير على الأدلة التي قد يقدمها هؤلاء الشهود.

(إذا ما وافق أحد المحررين على دفع مبالغ مالية يجب عليه أن يكون مستعدًا لإيضاح وجود ضرورة مشروعة ومن أجل الصالح العام فيما يختص بموضوعات للعامة الحق

في معرفتها، كما يجب إحاطة ممثل الادعاء والدفاع علمًا بتقديم مبالغ مالية لمن يتم استدعاؤه للشهادة في قضية ما كما يجب أن ينصح الصحفيون الشاهد بالقيام بذلك).

ب - إن دفع مبالغ مالية أو عروض دفعها مقابل الحصول على قصص أو صور أو معلومات من المجرمين ممن تمت إدانتهم أو اعترفوا بجرائمهم أو معارفهم - ويشمل ذلك أفراد العائلة والأصدقاء والزملاء، يجب ألا يتم ذلك بشكل مباشر أو من خلال وسطاء إلا عندما تكون المادة التي يسعى الصحفي للحصول عليها ينبغي نشرها من أجل الصالح العام:

- قد تكون هناك استثناءات للمواد التي تحمى علامة - مميزة - إذا ما كان الغرض هو خدمة الصالح العام.

١- إن الصالح العام يشتمل على:

- أ- الكشف عن جريمة أو سلوك إجرامي خطير.
 - ب- حماية الصحة العامة أو الأمن العام.
 - ج- منع تضليل أو خداع الجمهور ببيانات أو تصرفات تقوم بها مؤسسات أو أفراد.
- ٢- ستقوم لجنة مناقشة الشكاوى ضد الصحافة بمطالبة المحرر الصحفي بتقديم السبب وراء استغلال الصالح العام في نشر مادة صحفية ما... وكيف أسهم النشر في خدمة الصالح العام.
- ٣- وفي الحالات التي تخص الأطفال يجب على المحررين توضيح وجود مصلحة عامة استثنائية تبيح التغاضي عن المصالح الأسمى للطفل.

قواعد ونظم التغطية الإعلامية خلال فترة الانتخابات - العراق - ديسمبر ٢٠٠٤م

تهدف قواعد ونظم التغطية الإعلامية هذه («قواعد تغطية الانتخابات») إلى تنظيم النشاطات الخاصة بوسائل الإعلام أثناء فترة الحملات الانتخابية، والتي ستتم الإبانة عنها فيما يلي، وهي تكمل اللائحة المؤقتة لقواعد ونظم البث الإعلامي التي وضعتها الهيئة الوطنية العراقية للاتصالات والإعلام والخاصة بوسائل البث الإعلامي فقط، والنافذة منذ ٢٧ تموز ٢٠٠٤، ويلزم أخذ هذه القواعد مترابطة مع التوجيهات الأخرى للهيئة والمحدد بعضها بشكل خاص في قواعد التغطية للانتخابات هذه.

إن الغرض من وضع قواعد تغطية الانتخابات هو التأكيد على حرية التعبير عن الرأي واحترامها كما هو موضح في المادتين ١٣ و ٢٣ من قانون إدارة الدولة العراقية للمرحلة الانتقالية، والمادة ١٩ من الميثاق الدولي لحقوق المدنية والسياسية، والمادة ١٩ من الإعلان العالمي لحقوق الإنسان، وتدرك الهيئة الوطنية للاتصالات والإعلام أن حرية التعبير عن الرأي هي من مقتضيات الانتخابات الحرة النزيهة، كما تدرك أهمية مبدأ الاستقلالية في تدوين الأخبار وهو ما ستحترمه لدى تطبيق هذه القواعد.

إن قواعد تغطية الانتخابات هذه ليست دليلاً شاملاً على الممارسة النموذجية في مجال الانتخابات كما إنها لا تقول كل ما يمكن قوله حول المواضيع التي تشملها، وبالتالي يتعين على وسائل الإعلام أن تهدف إلى استلهاهم روح قواعد تغطية الانتخابات هذه، إلى جانب عملها ضمن نصها الكامل، وتخضع القواعد هذه للتفسير على ضوء الظروف المتغيرة في العراق، وقد يلزم الأمر استحداث متطلبات أو تعديلات جديدة من حين لآخر.

المادة ١

- «وسائل البث الإعلامي»:

تعني أية وسيلة إعلامية تعمل على نقل أو بث إشارات، أو نصوص أو صور أو مواد

مسموعة أو مرئية أو معلومات من نقطة واحدة إلى عدة نقاط عبر الأثير أو الألياف الضوئية، أو اللاسلكي أو غيرها من الوسائل الإلكترونية - مغناطيسية بهدف أن يستقبلها كل الجمهور أو قسم منه، دون أن تتضمن خدمات إعلامية أو اتصالات كما هي معرفة في قرار سلطة الائتلاف المؤقتة رقم ٦٥، ولتجنب أي التباس تتضمن «وسائل البث الإعلامي» تلك التي يتم بثها عبر الأقمار الصناعية أيضًا.

- «فترة الحملة الانتخابية»:

تعني الفترة التي تسبق يوم الاقتراع كما تحددها المفوضية العليا المستقلة للانتخابات في العراق.

- «الائتلاف»: يعني مجموعة من كيانات سياسية منضوية في قائمة مشتركة من المرشحين لخوض الانتخابات.

- «قواعد»: تعني القواعد هذه لتعطيات وسائل الإعلام أثناء فترة الانتخابات، كما قد يتم تعديلها من آن إلى آخر.

- «مفوضية الانتخابات»: تعني المفوضية العليا المستقلة للانتخابات في العراق، والمؤسسة بموجب قرار سلطة الائتلاف المؤقتة رقم ٩٢.

- «وسائل الإعلام»: تعني الكيانات التي تقدم الأخبار أو المعلومات أو المواد الترفيهية لعموم الجمهور أو مقابل اشتراك مدفوع عبر استخدام وسائل تتضمن (وليس حصراً على) وسائط البث الإعلامي، أو المواد المطبوعة، أو الأفلام، أو شرائط التسجيل المرئي (الفديو)، أو شرائط التسجيل المسموع، أو التسجيلات، أو خدمات الاتصالات.

- «هيئة الاتصالات والإعلام»: تعني الهيئة الوطنية العراقية للاتصالات والإعلام المؤسسة بموجب قرار سلطة الائتلاف المؤقتة رقم ٦٥.

- «الكيان السياسي»: يعني المنظمات، حسب تعريفها في قرار سلطة الائتلاف المؤقتة رقم ٩٧، القسم ٢، ونظام مفوضية الانتخابات رقم ٢٠٠٤/٣.

- «القانون الإداري الانتقالي»: يعني قانون إدارة الدولة العراقية للمرحلة الانتقالية، الصادر في ٨ آذار ٢٠٠٤.

المادة ٢

تطبيق قواعد تغطية الانتخابات:

تنطبق قواعد تغطية لانتخابات هذه على جميع وسائل الإعلام التي يتم بثها أو نشرها أو تلقيها أو هي متوفرة في العراق، وهي ملزمة لها، فيما يتعلق بأية انتخابات على مستوى المحافظة أو الإقليم أو الدولة خلال جميع فترات الحملات الانتخابية أو أي منها، ولتجنب أي التباس فإن الإشارة في هذه القواعد إلى الكيانات أو الائتلافات السياسية، أو مرشحين في أية انتخابات معينة تتضمن فقط من هو مسجل منها رسميًا لدى المفوضية العليا المستقلة للانتخابات في العراق بهدف التنافس في هذه الانتخابات.

المادة ٣

التغطية العادلة:

لدى تغطية نشاطات أي كيان أو تحالف سياسي أو أي من مرشحين لا يجوز أن تقتصد أية وسيلة من وسائل الإعلام تحريف المعلومات أو حجبها أو تزييفها أو إساءة عرضها أو حذفها، كما ويجب على جميع وسائل الإعلام توخي الدقة والموضوعية في تغطياتها.

لدى عرض تغطية إخبارية وبرامج سياسية (مما في ذلك برامج المناقشات السياسية واللقاءات والحوارات التي تتعلق بأي كيان أو تحالف سياسي أو أي من مرشحين، أو بمشاركة منهم)، يجب على جميع وسائل البث الإعلامي ووسائل الإعلام التابعة لشبكة الإعلام العراقي أن تعمل على:

١-٣ ضمان أن المعلومات التي تنشرها متوازنة وغير منحازة.

٢-٣ التعامل مع جميع الكيانات والتحالفات السياسية ومرشحيهم بإنصاف ودون تحيز مع عدم إعطاء أفضلية أو التحيز تجاه أي منهم، أو التحامل على أي منهم.

٣-٣ بذل كل جهد لعرض وتمثيل آراء ومواقف جميع الأطراف المعنية مع الإشارة حينما يرفض أحد الأطراف الخلاف جعل رأيه متاحًا لوسائل الإعلام.

لا يجوز لأي من وسائل البث الإعلامي التابعة لشبكة الإعلام العراقي إشهار تأييدها لأي كيان أو تحالف سياسي أو أي من مرشحيها، ويجب التفريق الجلي في جميع وسائل الإعلام هذه ما بين الآراء والحقائق لتجنب الخلط ما بينها وبين التغطية الإخبارية أو البرامج السياسية، إن الغرض من هذه المادة ليس انتهاك مبدأ الاستقلالية في تحرير الأخبار، وأن إرشادات الهيئة الوطنية للاتصالات والإعلام حول الدقة والتوازن تعد بمثابة الدليل حول كيفية تطبيق الهيئة لهذه المادة على جميع وسائل الإعلام خلال فترة الحملات الانتخابية.

المادة ٤

الإعلانات السياسية:

يُسمح بالإعلانات السياسية المدفوعة الأجر في وسائل البث الإعلامي ماعدا تلك التابعة إلى شبكة الإعلام العراقي، ويجب أن تتوخى الإعلانات السياسية المدفوعة الأجر اعتماد شروط الإعلانات السياسية المسموح بها في وسائل الإعلام طالما نشرت مثل تلك الإعلانات بموجب شروط تطبيق بالإنصاف والتساوي على جميع الكيانات والتحالفات السياسية ومرشحيها وبأسعار تساوي أدنى سعر تدفعه الإعلانات التجارية أو أقل منها، كما يجب التوضيح أن هذه الإعلانات هي إعلانات سياسية وتحديد الجهات الراعية لنشرها.

تثقيف الناخبين:

التزامات خاصة بشبكة الإعلام العراقي للعمل على تثقيف المواطنين.

تقع على شبكة الإعلام العراقي باعتبارها هيئة بث عامة ممولة من الدولة وملزمة التزاماً قانونياً بتثقيف وإعلام المواطنين العراقيين الالتزامات الخاصة التالية بشأن:

١-٥ على شبكة الإعلام العراقية استخدام نشرات الأخبار وبرامجها السياسية التلفزيونية والإذاعية لتثقيف الناخبين. كما يجب عليها إعلام المستمعين والمشاهدين حول سياسات المرشحين للانتخابات، إلى جانب جميع المواضيع السياسية ذات العلاقة التي تتطلب دراسة جادة ونقاشات موضوعية، وعلى شبكة الإعلام العراقية أيضاً أن توفر للمواطنين المعلومات العملية للإدلاء بأصواتهم وأن تتخذ إجراءات معقولة لضمان وصول هذه المعلومات نفسها إلى مختلف الأقليات في المجتمع.

٢-٥ على شبكة الإعلام العراقية توفير وقت مجاني للبث التلفزيوني يخصص إلى جانب إتاحة الاستوديوهات والموارد الفنية المتوفرة لديها، لغرض تقديم المرشحين للانتخابات على جمهور المشاهدين، كما يجب اعتماد الإنصاف في تطبيق أي قواعد أو شروط أو إعانات أو مساعدات تتعلق بمثل هذه البرامج السياسية وهذا يشمل جميع عروض المعلومات.

٣-٥ على شبكة الإعلام العراقية توفير وقت مجاني للبث التلفزيوني يخصص إلى جانب إتاحة الاستوديوهات والموارد الفنية المتوفرة لديها للمرشحين للانتخابات ليظهروا على الأقل مرة واحدة في حوار سياسي أو برنامج مناقشات سياسية. ويجب تطبيق أي قواعد أو شروط أو إعانات أو مساعدات تتعلق بأي من مثل هذه البرامج بالإنصاف على جميع المشاركين، ويجب على شبكة الإعلام العراقي أيضاً توفير

تسجيل مرئي أو مسموع لهذه البرامج مجاناً لوسائل البث الإعلامي غير تلك التابعة لشبكة الإعلام العراقي لكي تعمل على بثها، شريطة أن يتم بث هذه التسجيلات بالكامل ودون إجراء أي تعديل عليها.

٤-٥ على شبكة الإعلام العراقي أن تبث مجاناً المعلومات والبرامج التي تصدرها وتوفرها المفوضية العليا المستقلة للانتخابات في العراق، كما يتعين على شبكة الإعلام العراقي بناء على طلب مفوضية الانتخابات توفير تسجيلات مرئية ومسموعة لهذه البرامج مجاناً لوسائل البث الإعلامي غير تلك التابعة لشبكة الإعلام العراقي لكي تعمل على بثها، شريطة أن يتم بث هذه التسجيلات بالكامل ودون إجراء أي تعديلات عليها.

المادة ٦

المقتطفات السياسية:

على جميع وسائل الإعلام الالتزام بشأن المعلومات التي توفرها المفوضية العليا المستقلة للانتخابات في العراق، وينبغي أن تعلن عن أي معلومات حول الإجراءات والتنظيمات والسياسات المتعلقة بالانتخابات وأن تعكس المعلومات الرسمية الصادرة عن المفوضية العليا المستقلة للانتخابات في العراق حيثما توفرت مثل هذه المعلومات للعلن.

المادة ٧

استطلاعات الرأي:

إذا ما قامت أي من جهات البث الإعلامي بنشر استطلاعات للرأي أو توقعات انتخابية، يتعين عليها العمل على نشر تلك النتائج والتصورات بشكل منصف، وأن تقوم بنشر جميع المعلومات المتوفرة التي تساعد الجمهور على فهم أهمية تلك الاستطلاعات والتوقعات، وعلى جهات البث الإعلامي التي تنشر نتائج استطلاع للرأي أن تحدد الهيئة التي أجرت الاستطلاع، والجهة أو الحزب الذي طلب إجراء استطلاع للرأي ودفع

تكلفته، والطريقة التي اتبعت لإجراء الاستطلاع، وحجم العينة من المواطنين المشمولين بالاستطلاع، وهامش الخطأ، وتواريخ إجراء الاستطلاع ميدانيًا. إضافة إلى ذلك يتعين على جهات البث الإعلامي الإقرار بأن استطلاع الرأي يعكس حالة الرأي العام فقط في وقت إجراء ذلك الاستطلاع.

كما لا يجوز لأية جهة بث إعلامي أن تنشر استطلاعات للرأي تتعلق بالانتخابات حول أي من الكيانات أو التحالفات السياسية أو مرشحينهم خلال فترة الاثنين والسبعين (٧٢) ساعة قبل فتح مراكز الاقتراع في اليوم المخصص لإدلاء الناخبين بأصواتهم في تلك الانتخابات وحتى إغلاق آخر مركز من مراكز التصويت الخاص بها.

المادة ٨

فترة الصمت الإعلامي:

لن تكون هناك تغطية انتخابية لأي من الكيانات أو التحالفات السياسية أو مرشحينها المتنافسين في تلك الانتخابات خلال فترة تبدأ بمدة ٤٨ ساعة قبل فتح مراكز الاقتراع في اليوم المخصص لإدلاء المواطنين بأصواتهم وتنتهي بإغلاق آخر مركز من مراكز التصويت فيها، إلا أن هذه المادة لا تمنع وسائل الإعلام من نشر معلومات تثقيفية أو سياسية عامة أثناء هذه الفترة شرط أن لا تتضمن أي نوع من الترويج الانتخابي لأي من الكيانات والتحالفات المتنافسة في هذه الانتخابات أو مرشحينها.

المادة ٩

التغطية المنصفة:

على جميع وسائل البث الإعلامي أن توفر للكيانات والتحالفات السياسية أو أي من مرشحينها فرصًا منصفة وعروضًا منصفة وتغطيات منصفة فيمل يتعلق بالأحداث والنشاطات الانتخابية التي يشاركون فيها والتي تستحق التغطية الإخبارية.

أن تطبيق هذه المادة لا يشمل الإعلانات السياسية التي تبثها وسائل الإعلام الأخرى غير التابعة لشبكة الإعلام العراقية.

وأن توجيهات الهيئة الوطنية للاتصالات والإعلام حول التغطية المنصفة تقدم إرشادات وافية حول كيفية تطبيقها لهذه المادة.

المادة ١٠

التحريض على العنف والاضطرابات العامة:

لا يجوز لوسائل الإعلام نشر أي مواد يتضمن محتواها أو نبرتها خطرًا جليًا ومباشرًا مخلًا بالحمولات أو العملية الانتخابية، وكذلك:-

١. تحمل خطرًا جليًا ومباشرًا في التحريض على ارتكاب أعمال عنف وشيكة أو على إثارة كراهية أو النعرات العرقية أو الدينية أو الاضطرابات المدنية أو أعمال الشغب بين المواطنين العراقيين أو تأييد الإرهاب أو الجريمة أو الأعمال التخريبية (يجب التحيط بشكل خاص حين ينقل برنامج ما وجهات نظر أوبيث رسائل لأفراد أو منظمات تعتمد الإرهاب أو تؤيده أو تلجأ لاستخدام العنف أو غيره من النشاطات الإجرامية في العراق).

٢. تحمل خطرًا جليًا ومباشرًا يسبب بإلحاق الضرر العام والمقصود به الموت أو الإصابة أو تدمير الممتلكات أو غير ذلك من أعمال العنف.

توجيهات الهيئة الوطنية للاتصالات والإعلام لوسائل الإعلام بشأن بث دعوات وتصريحات وعرض التحريض وأحداث مثيرة للأخطار تتضمن إرشادات وافية حول كيفية تطبيقها لهذه المادة على جميع وسائل الإعلام خلال فترة الحملات الانتخابية.

حق الرد:

يجوز لأي كيان أو تحالف سياسي أو أي من مرشحيه قادر على إثبات تأثيره بشكل كبير وجائر بسبب معلومات غير دقيقة تم توزيعها من قبل أي من وسائل الإعلام أثناء فترة الحملات الانتخابية أن يتقدم بالتماس للهيئة للمطالبة بحقه بالرد، شريطة أن يتم ذلك خلال فترة الحملات الانتخابية، وإذا ما وجدت الهيئة بأن هذا الحق مبرر فقد تأمر الجهة الإعلامية التي بثت تلك المادة أن تتيح لذلك الشخص حقًا معقولًا بالرد، والذي يتعين على الجهة الإعلامية منحه في أقرب فرصة ممكنة وخلال فترة الحملات الانتخابية، وإتاحة حق الرد بموجب ذلك ستطبق الهيئة الوطنية العراقية للاتصالات والإعلام المبادئ التالية:

١. سيتاح حق الرد فقط للرد على حقائق غير صحيحة، وليس للرد على تعليقات أو الآراء التي لا يتفق معها المشاهد أو المستمع.
٢. لن يتاح حق الرد في حال اقتناع الهيئة أن تصحيح أو نفي المعلومات كان كافيًا.
٣. يجب أن يعطى الرد أهمية متناسبة مع أهمية الخبر الأساسي وليس بالضرورة مطابقة لها.
٤. لن يطلب إلى وسائل الإعلام نشر رد ما إلا إذا كان متناسبًا من حيث طوله مع الخبر الأساسي.
٥. على وسائل الإعلام الامتناع عن بث أي رد غير قانوني أو متسم بالإهانة.
٦. لا يجوز استغلال حق الرد لفتح مواضيع جديدة أو للتعليق على حقائق صحيحة وواقعية.

المادة ١٢

تحديد مسئولية وسائل الإعلام:

لا تتحمل وسائل الإعلام المسئولية في حال بث مواد لم تتح فرصة ملائمة لمنع بثها شريطة ثبوت عدم توفر المجال والوقت الكاف لتدارك منع بثها.

المادة ١٣

خرق هذه القواعد:

كما ورد في القانون الذي تأسست بموجبه الهيئة الوطنية العراقية للاتصالات والإعلام، فإنه في حال خرق هذه القواعد يجوز أن تطبق الهيئة أياً من العقوبات التالية ضد جهة البث الإعلامي: إصدار تحذير لها؛ أو طلب بث اعتذار؛ أو إعطاء حق الرد (مثلما ورد أعلاه في المادة ١١)؛ أو فرض غرامات مالية أو فرض حجز على حساباتها المصرفية في حال لم يتم دفع الغرامات في الوقت المحدد؛ ويمكن في حال المخالفات الكبيرة أو المتكررة تعليق تراخيص جهة البث الإعلامي أو مصادرة معداتها أو تعليق عملياتها أو إيقاف عملياتها أو إلغاء أو سحب تراخيصها، وتطبق عقوبة تعليق أو إلغاء تراخيص البث فقط ردًا على ارتكاب مخالفات كبيرة لهذه القواعد، أو حيثما فشلت عقوبات أخرى للتدخل في منع الخرق المتكرر لها، وتطبق عقوبات مصادرة المعدات وإيقاف العمليات فقط على جهات البث التي تبث دون الحصول على ترخيص أو حيثما تكرر خرق هذه القواعد بعد قيام الهيئة بتعليق أو إلغاء ترخيص جهة البث.

ويجوز للهيئة أن تطبق العقوبات التالية ضد وسائل الإعلام الأخرى بما فيها الصحافة: إصدار تحذير، أو طلب نشر اعتذار، أو فرض غرامات مالية وفرض حجز على الحسابات المصرفية المعنية إذا لم يتم دفع الغرامات في الوقت المحدد.

إن أي عقوبات تطبق وفقاً لهذه القواعد ستكون متناسبة مع المخالفة التي تم ارتكابها، وتطبق مثل هذه العقوبات بعد ارتكاب مخالفة ولن تمارس الهيئة الوطنية العراقية للاتصالات والإعلام رقابة مسبقة ولدى مقاضاة حالات خرق هذه القواعد تتبع الهيئة الإجراءات وتحترم الضمانات المترتبة عليها وقد تحيل الهيئة أية مخالفة لهذه القواعد إلى مفوضية الانتخابات لتتعامل معها وفقاً لنظمها وإجراءاتها.

استمارة

استطلاع رأي الإعلاميين

حول مدونة سلوك للقائمين بالاتصال في تغطية الانتخابات

١- في رأيك ممارسة وسائل الإعلام أثناء الانتخابات تقوم بالآتي: (يمكن اختيار أكثر من بديل)

١- تقديم الأخبار والمعلومات.

٢- التعليم والتثقيف.

٣- مراقبة أداء المرشحين.

٤- توعية المجتمع بالقضايا الملحة.

٥- التشويق والإثارة الإعلامية.

٦- تحقيق الربح المادي.

٧- أخرى تُذكر.

٢- هل توجد سياسة تحريرية مكتوبة / مُعلنة للوسيلة الإعلامية التي تعمل بها؟

١- نعم.

٢- لا. (انتقل إلى سؤال رقم ٤)

٣- هل تم إخبارك شخصيًا بقواعد السياسة التحريرية للوسيلة الإعلامية التي تعمل بها؟

١- نعم.

٢- لا.

٤- هل سبق لك المشاركة في تغطية أي انتخابات سابقة؟

١- نعم.

٢- لا. (انتقل إلى سؤال رقم ١٣)

٥- ما مصادر المعلومات التي تعتمد عليها عادة في إعداد المادة الإعلامية المتعلقة بالانتخابات؟

١. (يفضل ترتيب هذه المصادر)

٢. المرشحون أنفسهم.

٣. المسئولون عن الحملة الانتخابية للمرشح.

٤. الخبراء والمتخصصون.

٥. التقارير الرسمية الصادرة عن اللجنة الانتخابية.

٦. الأرشيف والمكتبات.

٧. المعاشية والاطلاع.

٨. شبكات التواصل الاجتماعي (فيس بوك، تويتر، يوتيوب)

٩. مواقع وسائل الإعلام على شبكة الإنترنت.

١٠. المواقع الإخبارية على الإنترنت.

١١. وكالات الأنباء.

١٢. محطات وقنوات الراديو والتلفزيون.

١٣. الجرائد والمجلات.

١٤. مؤتمرات المرشحين.

١٥. الأفراد العاديون.

١٦. تقارير المراسلين والمندوبين.

١٧. أخرى تذكر.

٦- السياسة التحريرية في الوسيلة الإعلامية التي تعمل بها أثناء الانتخابات:

١- ثابتة.

٢- متغيرة.

٣- لا أعرف.

٧- هل يتدخل رئيسك المباشر في تغطيتك الإعلامية للانتخابات؟

١- دائماً.

٢- أحياناً.

٣- أبداً. (انتقل إلى سؤال رقم ١٠)

٨- أشكال التدخل، تتمثل في: (يمكن اختيار أكثر من بديل)

١- حذف أجزاء معينة من الموضوع بعد إعدادها.

٢- حذف موضوعات معينة بعد الانتهاء من إعدادها.

٣- إبراز موضوعات معينة.

٤- إضافة أبعاد معينة لبعض الموضوعات.

٥- التركيز على جانب معين من الموضوع وإغفال جوانب أخرى.

٦- فرض مصادر معينة على الموضوعات.

٧- الاهتمام بالإثارة الإعلامية.

٨- أخرى تُذكر.

٩- ما هي في رأيك أسباب التدخل في عملك؟ (يمكن اختيار أكثر من بديل)

١- مراعاة السياسة التحريرية للوسيلة الإعلامية.

٢- إرضاء السلطة والأجهزة الرقابية.

٣- إرضاء مالك الوسيلة الإعلامية.

٤- إرضاء أطراف معينة داخل المجتمع (تيارات أو أحزاب سياسية معينة).

٥- بهدف تحقيق الربح المادي والشهرة والانتشار.

٦- أخرى تُذكر.

١٠- ما هي أبرز المشكلات التي واجهتك عند تغطيتك الإعلامية للانتخابات؟ (يمكن اختيار أكثر من بديل)

١- نقص المعلومات وتقديم معلومات غير كافية في بعض الأحيان.

٢- عدم تعاون بعض المصادر.

٣- عدم وضوح بعض المصطلحات.

٤- تدخل رئيس التحرير أو رئيس القسم في عملي.

٦- أخرى تُذكر.

١١- كيف تتصرف عند مواجهة المشكلات الأخلاقية والقانونية أثناء تغطية الانتخابات؟ (يمكن اختيار أكثر من بديل مع مراعاة الترتيب)

١. وفقاً لإيديولوجيتي.

٢. ألتزم بسياسة الوسيلة.

٣. وفقاً لمبادئ الخاصة.

٤. أفكر في النتائج أولاً.

٥. حسب القيم الشخصية.

٦. أتصرف بالفطرة.

٧. ألتزم بالقانون.

٨. ألتزم بميثاق الشرف الصحفي.

٩. أخرى تذكر.

١٢- في حالة ارتكاب خطأ مهني أثناء التغطية الإعلامية للانتخابات، تقوم بأحد الأمور التالية:

١- أقوم بنشر اعتذار عن الخطأ مع تصحيح الخطأ.

٢- أقوم بنشر اعتذار عن الخطأ بدون تصحيح الخطأ.

٣- أقوم بنشر التصحيح دون الاعتذار.

٤- لا أهتم سواء بالاعتذار أو نشر التصحيح.

٥- أخرى تذكر.

١٣- هل أنت راضٍ عن تغطية وسائل الإعلام للانتخابات السابقة؟

١- راضٍ جداً.

٢- راضٍ إلى حدٍ كبير.

٣- راضٍ إلى حدٍ متوسط.

٤- راضٍ إلى حدٍ قليل.

٥- غير راضٍ على الإطلاق. (انتقل إلى سؤال رقم ١٥)

١٤- ما أسباب رضاك؟ (يمكن اختيار أكثر من بديل)

١- الالتزام بفترة الصمت الانتخابي.

٢- عرض جميع وجهات النظر.

٣- الاهتمام بالعرض المتوازن لبرامج المرشحين.

٤- مراعاة قيم وتقاليد المجتمع في التغطية الإخبارية للانتخابات.

٥- التوازن في المعالجة الإعلامية للانتخابات.

٦- أخرى تذكر.

١٥- ما أسباب عدم رضاك؟ (يمكن اختيار أكثر من بديل)

١- سطحية المعالجة الإعلامية.

٢- لا تراعي قيم وتقاليد المجتمع.

٣- لا تراعي الصالح العام للمجتمع.

٤- تهتم بتقديم المواد المثيرة.

٥- التركيز على جانب وإغفال جوانب أخرى.

٦- أخرى تذكر.

١٦- هل تتوقع اختلاف تغطية وسائل الإعلام للانتخابات القادمة؟

١- ستختلف بشكل كبير.

٢- ستختلف إلى حد ما.

٤- لن تختلف على الإطلاق. (انتقل إلى سؤال رقم ١٨)

١٧- حدد أسباب اختلاف تغطية وسائل الإعلام للانتخابات القادمة:

١-

٢-

٣-

١٨- حدد أسباب عدم اختلاف تغطية وسائل الإعلام للانتخابات القادمة:

١-

٢-

٣-

١٩- في رأيك، ما هي أبرز الأخطاء والانتهاكات التي يقع فيها الإعلاميون أثناء تغطية الانتخابات؟

(يمكن اختيار أكثر من بديل)

١. عدم فهم البعض لأهم محددات وملامح البيئة القانونية والسياسية الخاصة بالانتخابات.

٢. عدم احترام الصمت الانتخابي والتحايل عليه بطرق شتى.

٣. استخدام المرأة كوسيلة لكسب الدعم أو مهاجمة تيارات سياسية.

٤. استحضار البعد الطائفي في العملية الانتخابية.
 ٥. محاولات التأثير على اتجاهات الرأي العام من خلال بحوث واستطلاعات الرأي العام، والتنبؤ والقفز على النتائج.
 ٦. تركيز التغطية الإعلامية على الإثارة أكثر من تركيزها على شرح البرامج الانتخابية للأحزاب.
 ٧. أخرى تُذكر.
- ٢٠- في رأيك، ما هي أبرز الضغوط التي يتعرض لها الإعلاميون أثناء تغطية الانتخابات؟ (يمكن اختيار أكثر من بديل)
١. هيمنة رأس المال وتدخل التمويل في توجيه وسائل الإعلام لدعم أو انتقاد تيارات سياسية معينة.
 ٢. التدخلات الحكومية لتأييد مرشحين موالين للحكم.
 ٣. تعارض وتضارب المصالح بين المرشحين أو القوى السياسية.
 ٤. ضغوط الرأي العام وتوجهاته.
 ٥. التداخل بين العمل السياسي والعمل المهني.
 ٦. الرشاوى الانتخابية.
 ٧. المنع من الوصول إلى المعلومات.
 ٨. تأثير الإعلان.
 ٩. أخرى تُذكر.

٢١- هل تلتزم الوسيلة الإعلامية التي تعمل بها بميثاق الشرف الصحفي والإعلامي؟

١- نعم إلى حدٍ كبير.

٢- نعم إلى حدٍ متوسط.

٣- نعم إلى حدٍ قليل.

٤- لا تلتزم على الإطلاق.

٢٢- ما هي أسباب ضعف الالتزام بميثاق الشرف الصحفي والإعلامي؟

١- عدم الوعي ببند الميثاق.

٢- الرغبة في تحقيق الشهرة والانتشار والربح المادي.

٣- ضعف الثقافة القانونية.

٤- ضعف المهنية.

٥- أخرى تُذكر.

٢٣- هل توافق على وجود مدونة أخلاقية ومهنية لضبط الأداء الإعلامي للإعلاميين خلال تغطية الانتخابات؟

١- نعم.

٢- لا. (انتقل إلى سؤال رقم ٢٥)

٢٤- حدد أسباب موافقتك على وجود هذه المدونة:

١-

٢-

٣-

٢٥- حدد أسباب عدم موافقتك على وجود هذه المدونة:

١-

٢-

٣-

٢٦- هل تعتقد بأنه يمكن اتفاق وسائل الإعلام على وجود مثل هذه المدونة؟

١- نعم.

٢- لا.

٢٧- ثمة بعض المعايير المقترحة لضمان معالجة إعلامية مهنية لتغطية الانتخابات في مصر، أرجو أن

تحدد موافقتك عليها من عدمه؟

المقترح	موافق	موافق إلى حد ما	معارض
١- تجنب التعميم وتحري الدقة والصدق في المعلومات المنشورة.			
٢- عدم اجتزاء التصريحات أو تعديلها أو عزلها عن السياق الذي قيلت فيه.			
٣- الاهتمام بعرض وتقديم جميع وجهات النظر.			
٤- عدم الخلط بين الخبر والموقف السياسي.			
٥- احترام خصوصية المرشحين للانتخابات.			
٦- تجنب عناوين الإثارة الإعلامية التي من شأنها إثارة القلق والتوتر بين المواطنين.			
٧- الالتزام بالصدق والموضوعية في تناول الموضوعات ذات الطبيعة الجدالية والخلافية.			
٨- اختيار مصادر مناسبة للموضوعات التي يتم تناولها.			
٩- تجنب إضفاء صفة أومھنة مغايرة للواقع على أحد المصادر، التزاماً ١٠- بذكر المعلومات الصحيحة ومنعاً لتضليل القارئ.			
١١- عدم نشر الأخبار مجهولة المصدر.			
١٢- عدم التسرع في نشر نتائج الانتخابات.			
١٣- مراعاة أخلاقيات نشر الصور الصحفية من حيث التوازن في نشر صور المرشحين وإبراز أسمائهم			
١٤- مراعاة أخلاقيات نشر الصور الصحفية من حيث مراعاة أخلاقيات نشر صور ضحايا انتهاكات والعنف أثناء العملية الانتخابية.			
١٥- مراعاة شروط السلامة المهنية للإعلامي أثناء تغطية الانتخابات.			

٢٨- ثمة بعض الآليات المقترحة لضمان التزام المعالجة الإعلامية بالمهنية في مجال تغطية الانتخابات

في مصر، أرجو أن تحدد موافقتك عليها من عدمه؟

معارض	موافق إلى حد ما	موافق	المقترح
			١- إصدار مدونة مهنية وأخلاقية للعاملين في مجال تغطية الأخبار المتعلقة بالانتخابات.
			٢- تفعيل ميثاق الشرف الصحفي والإعلامي.
			٣- تفعيل التقارير الدورية من المجلس الأعلى للصحافة أو ما يوازيه بهذا الشأن.
			٤- تطوير البنود الموجودة فعلياً في ميثاق الشرف الصحفي.
			٥- الدعوة إلى تفعيل القانون وأن يكون الجميع تحت مظلته على قدم المساواة.
			٦- إيجاد آليات مناسبة لمتابعة تنفيذ القوانين.
			٧- استحداث لجنة صلاحية داخل النقابة لضبط الأداء المهني والإعلامي للصحفيين خلال تغطية الانتخابات.
			٨- تنظيم تدريبات وورش عمل مستمرة للإعلاميين على كيفية تغطية الانتخابات.
			٩- تنظيم تدريبات وورش عمل مستمرة للإعلاميين حول شروط السلامة المهنية الإعلامية أثناء تغطيته الإعلامية للانتخابات.

٢٩- اذكر مقترحاتك وتصوراتك الخاصة لأهم البنود التي ترى ضرورة وضعها في مدونة ضبط الأداء

المهني للصحفيين العاملين في تغطية الموضوعات والقضايا المتعلقة بالانتخابات؟

١-

٢-

٣-

بيانات شخصية:

١- الاسم (اختياري):

٢- الجهة التي تعمل بها:

.....

٣٠- الجنس:

١- ذكر.

٢- أنثى.

٣١- العمر:

١- من ٢١ إلى ٣٠ سنة.

٢- من ٣١ إلى ٤٠ سنة.

٣- أكثر من ٤٠ سنة.

٣٢- سنوات الخبرة:

١- من سنة إلى ٥ سنوات.

٢- من ٦ سنوات إلى ١٠ سنوات.

٣- أكثر من ١٠ سنوات.

٣٣- هل تنتمي إلى أي أحزاب سياسية؟

١- نعم. (انتقل إلى سؤال رقم ٣٧)

٢- لا.

٣- ما الحزب الذي تنتمي إليه؟

٣٤- كيف تصنف نفسك؟

١. ليبرالي. ٢. رأسمالي. ٣. إسلامي. ٤. يساري.

٥. اشتراكي. ٦. قومي. ٧. لا أعرف. ٨. أخرى تذكر.

شكرًا جزيلاً لحسن تعاونكم معنا.

المصادر والمراجع

رسائل علمية وأبحاث باللغة العربية (مُرتبة ترتيبًا زمنيًا):

- محمد حسام الدين محمود إسماعيل، المسؤولية الاجتماعية للصحافة المصرية، رسالة ماجستير، القاهرة: جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الصحافة، ١٩٩٦م.
- هويدا مصطفى، استطلاع آراء عينة من النخبة السياسية والإعلامية حول التغطية التليفزيونية لانتخابات مجلس الشعب لعام ٢٠٠٠، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد الثاني، جامعة القاهرة: كلية الإعلام، ٢٠٠١م.
- سليمان صالح: أخلاقيات الإعلام، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، المجلد الثاني، العدد الرابع، أكتوبر- ديسمبر ٢٠٠١م.
- جمال عبد العظيم، دور الصحافة المصرية في المشاركة السياسية لدى قادة الرأي: دراسة ميدانية بالتطبيق على انتخابات مجلس الشعب لعام ٢٠٠٠ في إطار نموذج الاعتماد على وسائل الإعلام، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد الثاني، جامعة القاهرة: كلية الإعلام، ٢٠٠١م.
- أميرة العباسي، رؤية الصحفيين في الصحف الخاصة المصرية لأخلاقيات الممارسة المهنية، المؤتمر العلمي التاسع: أخلاقيات الإعلام، الجزء الأول، ٢٠٠٣م.
- عادل عبد الغفار، أبعاد المسؤولية الاجتماعية للقنوات الفضائية المصرية الخاصة دراسة تطبيقية على برامج الرأي المقدمة بقناة دريم ٢، المؤتمر العلمي السنوي التاسع أخلاقيات الإعلام بين النظرية والتطبيق، ج٣، مايو ٢٠٠٣.
- أميرة محمد إبراهيم، شريط المحادثة على القنوات الفضائية العربية بين الضوابط الأخلاقية والمسؤولية المهنية، المؤتمر العلمي السنوي التاسع: أخلاقيات الإعلام بين النظرية والتطبيق، ج٣، مايو ٢٠٠٣م.

- أميرة العباسي، اتجاهات الجمهور والإعلاميين نحو أداء القنوات التلفزيونية الخاصة في مصر، المؤتمر العلمي السنوي التاسع: أخلاقيات الإعلام بين النظرية والتطبيق، ج ٣، مايو ٢٠٠٣م.
- صابر سليمان عسران، الضوابط الأخلاقية والقانونية اللازمة لعمل القنوات العربية الخاصة رؤية مستقبلية، المؤتمر العلمي السنوي الحادي عشر مستقبل وسائل الإعلام العربية، ٢٠٠٥م.
- أحمد أحمد عثمان، حرية التعبير في برامج المشاركة بالراديو في إطار المسؤولية الاجتماعية للإعلام الإذاعي، المؤتمر العلمي السنوي الرابع عشر: الإعلام بين الحرية والمسؤولية، ج ٢، ٢٠٠٨م.
- عزة مصطفى الكحكي، حدود الحرية والمسؤولية كما يراها القائم بالاتصال بقناة الجزيرة الإخبارية، المؤتمر العلمي السنوي الرابع عشر الإعلام بين الحرية والمسؤولية، ج ٢، ٢٠٠٨م.
- رباب عبد الرحمن هاشم، أبعاد المسؤولية المهنية والأخلاقية لبرامج الحوار التلفزيونية بالقنوات الحكومية والخاصة في تغطية انتخابات الرئاسة المصرية ٢٠١٢، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد الثاني والأربعون، أكتوبر/ ديسمبر ٢٠١٢م.

مؤلفات باللغة العربية (مُرتبة ترتيبًا أبجديًا):

- الائتلاف المستقل لمراقبة الانتخابات، ملخص التقرير المرحلي الأول للائتلاف المستقل لمراقبة الانتخابات من ١٢ إلى ٢٥ أكتوبر ٢٠١١، القاهرة: مركز القاهرة لدراسات حقوق الإنسان، ٢٠١١م.
- الائتلاف المستقل لمراقبة الانتخابات، التقرير المرحلي الثاني للائتلاف المستقل

- مراقبة الانتخابات: تقييم الأداء الإعلامي لوسائل الإعلام أثناء مرحلة الدعاية من الانتخابات البرلمانية ٢٠١١، القاهرة: مركز القاهرة لدراسات حقوق الإنسان، ٢٠١١م.
- الائتلاف المستقل لمراقبة الانتخابات، تقييم الأداء الإعلامي لوسائل الإعلام خلال المرحلة الأولى من الاقتراع لانتخابات ٢٠١١، القاهرة: مركز القاهرة لدراسات حقوق الإنسان، ٢٠١١م.
- الائتلاف المستقل لمراقبة الانتخابات، تقرير المرحلة الثانية لانتخابات مجلس الشعب ٢٠١١، القاهرة: مركز القاهرة لدراسات حقوق الإنسان، ٢٠١١م.
- الائتلاف المستقل لمراقبة الانتخابات، تقرير المرحلة الثالثة لانتخابات مجلس الشعب ٢٠١١، القاهرة: مركز القاهرة لدراسات حقوق الإنسان، ٢٠١٢م.
- الائتلاف المستقل لمراقبة الانتخابات، تقييم الأداء الإعلامي للتغطية الانتخابية ٢٠١١-٢٠١٢، القاهرة: مركز القاهرة لدراسات حقوق الإنسان، ٢٠١٢م.
- الائتلاف المستقل لمراقبة الانتخابات، ملخص تقرير مرحلة الدعاية للانتخابات الرئاسية ٢٠١٢: ٣٠ أبريل - ٢٠ مايو ٢٠١٢، تقرير المراقبة الإعلامية، القاهرة: مركز القاهرة لدراسات حقوق الإنسان، ٢٠١٢م.
- جيهان رشتي، الأسس العلمية لنظريات الإعلام، القاهرة: دار الفكر العربي.
- حسن عماد مكاوي ويلي حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، الطبعة السابعة، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ٢٠٠٨م.
- حسني محمد نصر، قوانين وأخلاقيات العمل الإعلامي، الإمارات العربية المتحدة- العين، دار الكتاب الجامعي، ٢٠١٠م.

- عمرو هاشم ربيع (تحرير)، مجموعة باحثين، انتخابات مجلس الشورى ٢٠١٠، القاهرة: مركز الدراسات السياسية والاستراتيجية بالأهرام، ٢٠١٠م.
- عمرو هاشم ربيع (تحرير)، مجموعة باحثين، نحو انتخابات حرة نزيهة، القاهرة: مركز الدراسات السياسية والاستراتيجية، ٢٠١٢م.
- عمرو هاشم ربيع (تحرير)، مجموعة باحثين، انتخابات مجلس الشعب ٢٠١١ / ٢٠١٢، القاهرة: مركز الدراسات السياسية والاستراتيجية بالأهرام، ٢٠١٢م.
- عمرو هاشم ربيع (تحرير)، مجموعة باحثين، انتخابات مجلس الشورى ٢٠١٢، القاهرة: مركز الدراسات السياسية والاستراتيجية بالأهرام، ٢٠١٢م.
- عمرو هاشم ربيع (تحرير)، مجموعة باحثين، انتخابات الرئاسة ٢٠١٢، القاهرة: مركز الدراسات السياسية والاستراتيجية، ٢٠١٣م.
- محمد حسام الدين، المسئولية الاجتماعية للصحافة، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ٢٠٠٣م.
- محمد عبد العاطي وآخرون، آفاق الديمقراطية: قراءة إعلامية للانتخابات البرلمانية، القاهرة: رؤية للتنمية والدراسات الإعلامية، ٢٠١٢م.
- محمد منير حجاب، نظريات الاتصال، القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، ٢٠١٠م.
- هشام عطية عبد المقصود، صحف وصناديق: توجيه سلوك التصويت وتشكيل معارف الجمهور، القاهرة: العربي للنشر والتوزيع، ٢٠١٤م.
- هويدا مصطفى وآخرون، الإعلاميون والانتخابات: مدونة مهنية وأخلاقية، الطبعة الثانية، القاهرة: مؤسسة الأهرام بالتعاون مع مؤسسة فريدريش ناومان من أجل الحرية، ٢٠١١م.

أبحاث ومؤلفات باللغة الإنجليزية (مُرتبة ترتيبًا زمنيًا):

- Pritchard D. Morgan, M.P.: Impact of Ethics Codes on Judgments By Journalism: A Natural Experiment. Journalism Quarterly, Vol. 66, No. 4, 1989.
- PualVoakes: Rights, Wrongs and Responsibilities: Law and Ethics in the Newsroom, [www.Columbia Journalism Review.org/2003](http://www.ColumbiaJournalismReview.org/2003).
- Jennifer A. Mcginley, Towards a democratization of media: Considering weblogs as alternative and citizen' media, Faculty of the Graduate School, of the University of Colorado, Department of Journalism and Mass Communication, 2005.
- Stephen Edwin Coleman: Digital Photo Manipulation: A Descriptive Analysis of codes of ethics and ethical decisions of photo editors, The University of Southern Mississippi, 2007.
- Lisa A. Blaydes, Competition without democracy: Election and distributive politics in Mubarak's Egypt, Los Angles, University of California, 2008.
- Shild Hjulstad Linderud, Effects of Codes of Ethics in Media: A Comparative Analysis of Hawaii Journalists and Norwegian Journalists, College of Communication at Hawaii Pacific University, 2009.
- Ali Sayed Mohamed, Between the Hammer and the Anvil: Blogs, Bloggers, and the Public Sphere in Egypt, Department of Art History and Communications, McGill University, Montreal, 2010.

- David Faris, Revolution without revolutionaries? Social media networks and regime response in Egypt, University of Pennsylvania, 2010.
- Angela Hope Nilles, Jon Stewart and the Daily Show: Humor, Ethics and Conversation in the public square, University of Colorado at Boulder, 2011.
- Patrick Lee Plaisance, Elizabeth A. Skewes and Thomas Hanitzsch: Ethical Orientations of Journalists Around the Globe: Implications From a Cross-National Survey, Communication Research 2012 39: 641 originally published online 26 June 2012, <http://crx.sagepub.com/content/39/5/641>
- Katharina Owens Hubler, Election management bodies in transitioning democracies: Tunisia and Egypt, University of Colorado Denver, 2012.
- Rauf Arif, Social movements, youtube and political activism in authoritarian countries: A comparatives analysis of political change in Pakistan, Tunisia & Egypt, The University of Iowa, 2014.

المؤلفان

رامي عطا صديق

- كاتب وباحث، عضو اتحاد كتاب مصر.
- مدرس الصحافة بالمعهد الدولي للإعلام- أكاديمية الشروق.
- عضو مجلس تحرير مجلة (الدوار) التي تصدرها كلية الإعلام جامعة القاهرة.
- مُدرّب في مجالات: الصحافة والإعلام والمواطنة.
- بكالوريوس إعلام، قسم الصحافة، جامعة القاهرة، ٢٠٠٠م.
- ماجستير في الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠٠٥-٢٠٠٦م.
- دكتوراه في الإعلام، قسم الصحافة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠١١م.
- له مقالات منشورة في عدد من الصحف.
- له أبحاث منشورة في عدد من المجلات العلمية.
- صدرت له عدة مؤلفات منها:
- الصحافة المصرية في القرن التاسع عشر: تاريخها وافتتاحياتها، القاهرة: مكتبة الشروق الدولية، ٢٠٠٦م.
- صحافة الأرمن في مصر: الملحق الشهري العربي لجريدة أريف دراسة حالة، القاهرة، ٢٠٠٧م.
- أقباط في ذاكرة الصحافة المصرية، القاهرة: مكتبة أسقفية الشباب، ٢٠٠٧م.
- حكايات مصرية: صفحات من مواطنة الأقباط، القاهرة: مكتبة المحبة، ٢٠٠٧م.
- المنهج التاريخي في البحوث الصحفية: سلامة موسى ومجلة المصري ١٩٣٠م، القاهرة: العربي للنشر والتوزيع، ٢٠٠٨م.
- البابا كيرلس الرابع: رائد الإصلاح القبطي في مصر الحديثة، القاهرة: مؤسسة المصري لدراسات المواطنة وثقافة الحوار، ٢٠٠٩م.

- كلمات لقاسم بك أمين (دراسة وتعليق)، القاهرة: المجلس الأعلى للثقافة، ٢٠٠٩م.
- صحافة الأقباط وقضايا المجتمع المصري، القاهرة: المجلس الأعلى للثقافة، ٢٠٠٩م.
- في صومعة أبي، القاهرة: مكتبة أسقفية الشباب، ٢٠٠٩م.
- الصحافة وخطاب المواطنة، القاهرة: العربي للنشر والتوزيع، ٢٠١٠م.
- حكاية الوحدة الوطنية، القاهرة: الهيئة العامة لقصور الثقافة، ٢٠١١م.
- كرمة مشتهاة، القاهرة: مكتبة أسقفية الشباب، ٢٠١٤م.
- غاندي.. رسالة اللاعنف والتسامح، بيروت: جداول للنشر والترجمة والتوزيع، ٢٠١٤م.
- مسلم ولا مسيحي؟، القاهرة: أوراق للنشر والتوزيع، ٢٠١٤م.
- الصحافة الإقليمية: الماضي.. الحاضر.. المستقبل، القاهرة: العربي للنشر والتوزيع، ٢٠١٥م.
- الصحافة بين الأدب والسياسة، القاهرة: أطلس للنشر والإنتاج الإعلامي، ٢٠١٥م.

- له عدة مؤلفات تحت الطبع منها:

- أعلام الصحافة في صعيد مصر.
- صحافة الصعيد وقضايا المجتمع المصري.
- الجمعيات القبطية ومدى اتساع أعمالها (دراسة وتعليق).
- مصر الحلوة تنوير.
- المصري ٣٠.

للتواصل:

E.mail: ramyatta610@yahoo.com

د. فاطمة شعبان أبو الحسن

- مدرس الإذاعة والتلفزيون بالمعهد الدولي العالي للإعلام - أكاديمية الشروق.
- ليسانس آداب قسم إعلام جامعة الزقازيق، دور مايو ١٩٩٩م.
- درجة الماجستير من قسم البحوث والدراسات الإعلامية، ٢٠٠٤م
- دكتوراه في الإعلام الدولي، قسم الإذاعة والتلفزيون، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠١٢م.
- دبلوم الدراسات السياسية من معهد البحوث والدراسات العربية سبتمبر ٢٠٠٨م، ودبلوم الدراسات الإعلامية من معهد البحوث والدراسات العربية دور سبتمبر ٢٠٠٢م.
- المشاركة في عدد من المؤتمرات العلمية.
- لها أبحاث منشورة في عدد من المجلات العلمية.
- المشاركة في التحليل الإحصائي لعدد من الدراسات منها: «عين على وسائل الإعلام خلال المرحلة الانتقالية لمصر» ملتقى الحوار للتنمية وحقوق الإنسان في الفترة من أكتوبر ٢٠١١م - أكتوبر ٢٠١٢م، ودراسة المجلس العربي للطفولة والتنمية لتقييم تناول برامج التلفزيون الحوارية بالدول العربية لقضايا حقوق الطفل خلال الفترة من نوفمبر ٢٠١٢م - مارس ٢٠١٣م، ودراسة اتجاهات الرأي العام المصري نحو الأزمات السياسية الراهنة مارس ٢٠١٣م، ودراسة علاقة الجمهور المصري بالقنوات التلفزيونية في شهر رمضان عام ١٤٣١هـ / ٢٠١٠م لمركز بحوث الرأي العام.

- تدريب العاملين في مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار بمجلس الوزراء على التحليل الإحصائي في الفترة من فبراير- أبريل ٢٠١٤م، والتطبيقات الإحصائية في مجال الاتصال السياسي يونيو ٢٠١٣م، وتدريب العاملين في الهيئة العامة للاستعلامات على التحليل الإحصائي في الفترة من فبراير- أبريل ٢٠١٣م، ومهارات العرض الفعال مايو ٢٠١٣م.
- تدريب دارسي الإعلام في مجال التحرير العلمي، والإعداد البرامجي للإذاعة والتلفزيون.
- المشاركة في إدارة مشروعات البحوث العلمية بمركز بحوث الرأي العام بكلية الإعلام جامعة القاهرة.
- العمل في مركز الأهرام للدراسات السياسية والاستراتيجية كباحث ميداني.

الجوائز العلمية:

- جائزة المرحوم الأستاذ الدكتور أحمد الصاوي لأحسن رسالة دكتوراه ٢٠١١م - ٢٠١٢م.

للتواصل:

E-mail: fatmaabu218@hotmail.com

هذا الكتاب

يختص بدراسة وتحليل دور الإعلام في معالجة شئون الانتخابات، بهدف الخروج بمدونة سلوك تكون دليلاً استرشادياً أمام الإعلاميين من مختلف وسائل الإعلام، التقليدية والجديدة، أثناء متابعة سير العملية الانتخابية، بمراحلها المختلفة، من خلال استطلاع رأي مجموعة من الصحفيين والإعلاميين العاملين في هذا المجال.

وقد كشفت الدراسة عن وجود مجموعة من الضغوط التي يعاني منها الإعلاميون أثناء تغطية الانتخابات، بالإضافة إلى وجود عدد من الأخطاء التي يرتكبها البعض أثناء تلك العملية، كما تبين من نتائج الدراسة الميدانية أن الاتجاه العام بين الإعلاميين هو الموافقة على أهمية مجموعة من المعايير المهنية الإعلامية منها: التوازن- حماية وسائل الإعلام- مراعاة الدقة- عدم التجهيل- أخلاقيات التعامل مع المصادر- عدم التحيز- احترام حق الخصوصية- مراعاة أخلاقيات نشر الصورة.

وتبين من الدراسة الميدانية أن الحلول المتعلقة بتطوير أداء الإعلاميين جاءت في المرتبة الأولى، وجاءت في المرتبة الثانية الحلول القانونية/ التشريعية بفارق طفيف، وفي المرتبة الثالثة - بوزن نسبي منخفض إلى حد ما - جاءت موافقة الإعلاميين على الحلول الرقابية.

حقوق الطبع محفوظة للناسر



أطلس

للنشر والإنتاج الإعلامي

يحظر نشر أو اقتباس أي جزء
من هذا الكتاب إلا بعد الرجوع
إلى الناسر

هذا الكتاب :

يختص بدراسة وتحليل دور الإعلام في معالجة شئون الانتخابات، بهدف الخروج بمدونة سلوك تكون دليلاً استرشادياً أمام الإعلاميين من مختلف وسائل الإعلام، التقليدية والجديدة، أثناء متابعة سير العملية الانتخابية، بمراحلها المختلفة، من خلال استطلاع رأي مجموعة من الصحفيين والإعلاميين العاملين في هذا المجال .

وقد كشفت الدراسة عن وجود مجموعة من الضغوط التي يعاني منها الإعلاميون أثناء تغطية الانتخابات، بالإضافة إلى وجود عدد من الأخطاء التي يرتكبها البعض أثناء تلك العملية،

كما تبين من نتائج الدراسة الميدانية أن الاتجاه العام بين الإعلاميين هو الموافقة على أهمية مجموعة من المعايير المهنية

الإعلامية منها: التوازن - حماية وسائل الإعلام - مراعاة الدقة -

عدم التجهيل - أخلاقيات التعامل مع المصادر - عدم التحيز -

احترام حق الخصوصية - مراعاة أخلاقيات نشر الصورة .

وتبين من الدراسة الميدانية أن الحلول المتعلقة بتطوير

أداء الإعلاميين جاءت في المرتبة الأولى،

وجاءت في المرتبة الثانية الحلول القانونية/

التشريعية بفارق طفيف، وفي المرتبة الثالثة -

بوزن نسبي منخفض إلى حد ما - جاءت موافقة الإعلاميين

على الحلول الرقابية .